

guillermo rothschuh villanueva



Versiones & Visiones



Guillermo Rothschuh Villanueva

Con la perspectiva que otorga la distancia, resulta hasta más fácil valorar la obra de Guillermo Rothschuh Villanueva. La constancia con la que a lo largo de estos años ha venido abordando los retos y problemas de la comunicación en Nicaragua, han convertido a Guillermo no sólo en una referencia obligatoria sino también en una presencia necesaria para explicar y comprender la mezcla de tensiones, esperanzas y contradicciones que actualmente define al panorama mediático nicaragüense.

Pero el trabajo de Guillermo tiene méritos que trascienden las particularidades y retos de la comunicación en Nicaragua. También nos recuerda lo que hace a los medios merecedores de estudio y reflexión es la forma en la que afectan las dinámicas de identidad y representación, de comunidad y participación; es su impacto sobre el ejercicio del poder.

A los medios no se los puede absolver de ciertas responsabilidades. En un momento en que los discursos del profesionalismo y la inevitabilidad tecnológica parecieran despojar a los medios de intencionalidad propia, ambos señalamientos no son poca cosa.

Arturo Wallace-Salinas
London School of Economics
and Political Science
Londres, Inglaterra.

537

Ingresó: 19-09-02	
Comprado a:	
Donado por: Rectoría	
Precio:	Reg: 200263782

Versiones & Visiones





Guillermo Rothschuh Villanueva

Versiones



302.23

R-847

C.4

& Visiones

Colección Comunicaciones Número 6
Facultad de Ciencias de la Comunicación UCA



302.23

R-847

Rothschuh Villanueva, Guillermo
Versiones & visiones / Guillermo Rothschuh
Villanueva. — Managua; UCA, 2001.
202 p. — (Colección Comunicaciones; N°. 6)
1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS -
NICARAGUA
2. POLÍTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE
MASAS I.I.

© Guillermo Rothschuh Villanueva
Primera edición Septiembre de 2001.

Reservados todos los derechos de propiedad intelectual
conforme a las leyes de la República de Nicaragua. Este libro
no podrá ser reproducido parcial ni totalmente, bajo cualquier
forma, sin la autorización previa del autor.

Publicado por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la
Universidad Centroamericana, UCA, Managua, Nicaragua.
Colección Comunicación, número 6.

Edición, diseño y diagramación de Alfonso Malespin Jirón.

Fotografías de Pedro Martínez Bustamante.
Yo soy Betty, la fea y *Terra Nostra* cortesía de Canal 2

Ilustración de portada de Salvador Dalí, "Aparatos y mano".

Impresión por la Imprenta de la Universidad Centroamericana.

Índice

Los medios, el mercado y la política

- 15 Las elecciones y los políticos
- 21 A cambiar las reglas del juego electoral
- 29 El mercado, la política y los medios

Elogio de la literatura

- 37 Soy un lector impenitente
- 47 Borges y el Salón de la Fama
- 49 El empeño y la pasión de un hombre
- 53 Un retrato merecido

Testigo privilegiado

- 63 Para completar el siglo
- 83 Pedro Joaquín, periodista y narrador
- 87 La Prensa, un diario en la vida del país
- 103 END: Veinte años de historia nacional



109	Atlantic-News
111	Los suplementos: entre el desafío y el acierto
115	Memoria recuperada
119	Carta ética: una carta de esperanza para Nicaragua
125	Mercado, televisión y soberanía
131	Pulsando las audiencias
137	Una realidad cambiante
143	Las telenovelas y su capacidad de seducción

La constante académica

159	Una misión compartida
177	La constante del cambio
181	Aprender a decir te quiero
185	Cátedra Abierta
191	¿Cuestión de machos?
199	Enséñales a crecer y luego déjales volar



- A mis abuelas
Maria del Carmen Tablada Mora
y Bertha Rafaela Suárez Osomo.
Mis ángeles tutelares.



*Todo escritor deja dos obras: una la escrita
otra, la imagen que queda de él.*

Jorge Luis Borges



**Los medios,
el mercado
y la política**



Las elecciones y los políticos

"Cuando los ciudadanos le dan la espalda a la política y le retiran su apoyo, la democracia se ve amenazada en su existencia".

Jens Wolling

Nadie contribuye muchas veces tanto a desacreditar la política que los políticos mismos. Es evidente que no son los únicos, pero son los más tenaces y persistentes en precipitar la política por callejones oscuros y obscenos. Ante la descentración de la política provocada por los medios, al alzarse como lo mediadores contemporáneos más importantes entre la ciudadanía y los despojos e ineficacia del actual Estado, es evidente que los medios continúan su labor de zapa erosionando las bases sobre las que se ha asentado la política tradicional.

En el caso de Nicaragua y recorrido la mitad de un año electoral, las mediciones de la ciudadanía sobre el pobre desempeño del Legislativo y las contradicciones internas evidentes que vive el Poder Judicial, ratifican la necesidad del cambio o de un viraje

sustancial de quienes conducen el accionar de los aparatos de Estado. Sobre este punto existe un consenso generalizado. Las demandas son explícitas. La ciudadanía exige otra conducta de parte quienes detentan y riñen por retener o apoderarse del aparato estatal.

La otra cara de la moneda la constituyen los roces, las refriegas, las constantes deslegitimaciones entre los distintos actores políticos y los intentos desesperados de conducir al país por los caminos infernales de la polarización a ultranza. No cabe duda. Los cargos políticos de elección popular merecen más que una misa. Aunque con su comportamiento lo que están reeditando en Nicaragua ciertos políticos es una especie de drama, en donde sus cantinelas parecieran encaminadas a entonar un último responso al futuro mediato de las instituciones políticas y de rebote continuar debilitando los Aparatos de Estado.

Los resultados de las encuestas son contundentes. Casi sin excepciones, la mayoría cuando no la totalidad de los encuestados, al tomárseles el pulso, colocan a las instituciones políticas –no sólo al Estado también a los partidos-, como poco fiables al no gozar de la simpatía y confianza ciudadana. Los saldos durante los últimos años han sido constantes. Aparecen hundidos en los últimos lugares, cargadas de desprestigio. Algo sobre lo que deberían estar interesados en evitar o revertir a la mayor brevedad, las distintas fuerzas políticas nicaragüenses.

Contrario a lo que ustedes pueden suponer eso a mí no me alegra. Estas afirmaciones no las hago con el propósito de cargar la mano y sumarme al coro de los descorazonados. Todo lo contrario. Mi enfoque transita por otros derroteros. En mi ánimo cunde el deseo de insistir sobre la necesidad de cambiar los estilos y las formas de hacer política en Nicaragua. Cuando se habla de una reinvención de la política y de la urgencia de redefinir una nueva agenda que

tome en cuentas las demandas más apremiantes de una población empobrecida que entre sus componentes una parte de campesinos y obreros agrícolas baja de las montañas para no morir de hambre, se acentúa la urgencia de realizar con celeridad un viraje radical a las formas gastadas de hacer política en Nicaragua. Aunque algunos tontos lo olviden, el Estado en su naturaleza actual está para compensar y revertir las iniquidades sociales y económicas. Esto no solo lo pienso yo. Es lo que sostiene el actual presidente del Banco Mundial. ¡Sí! El presidente del Banco Mundial. Para ser creíble el discurso hace falta conjugarlo en todos sus tiempos y modalidades con la realidad actual.

Sin embargo, con una especie de ceguera congénita, la mayoría de los aspirantes a cargos de elección popular, pareciera no importarles esta realidad brutal, que precipita y desacredita a la política y a los políticos en Nicaragua. Debemos estar convencidos, que ante los nuevos desafíos que supone la globalización, la cual se traduce en la implementación de los planes de ajuste estructural, hace falta, mucha falta, imaginación, sentido del tiempo y contrapropuestas audaces, así como también hace falta propiciar y auspiciar nuevos valores sociales, económicos, políticos y culturales. Insistir en las reformas de segunda generación como gusta llamarle a los expertos, luego de comprobar a través de los hechos las limitaciones del denominado consenso de Washington. Abrirse a la participación ciudadana e incrementar las inversiones en el campo social. En salud y educación. Nunca como ahora aunque sea de manera indirecta, se reconoce la necesidad de disminuir las escandalosas brechas sociales que trae aparejado el proceso de globalización.

Los medios por su parte pueden favorecer una corriente de esta naturaleza. Para eso se requiere distanciamiento, objetividad y terminar con el sectarismo y el ciclo de los compromisos unilaterales.

Pese al desarrollo y a los cambios experimentados, algunos medios, muchas veces disfrazados de una imparcialidad mentirosa, lejos de tomar en consideración las necesidades ciudadanas, estas les sirven de pretexto para impulsar sus políticas informativas y editoriales con un velado acento parcializado y con una manifiesta inclinación de la balanza a favor de determinadas corrientes partidarias. Eso no está mal. Lo malo es cerrarle el espacio a los demás actores con los que no se sienten identificados.

No sé cuanta receptividad y empeño están dispuestos a poner de su parte los políticos para tratar de reconducir el proceso electoral. Con las excepciones de rigor, la descalificación y la verborrea continúan siendo una de las armas más pobres de las que echan mano los políticos. Lo que se requiere es de un nuevo estilo, un nuevo lenguaje, pero sobre todas las cosas, de programas de gobierno realistas que incorporen de manera sustancial las más agudas carencias de la ciudadanía nicaragüense. Todavía estamos atrapados en el siglo pasado.

Los medios han venido repitiendo en base a la lectura de diversas encuestas, que a la ciudadanía pareciera interesarle cada día menos la política. Este hecho aparece más como una realidad inobjetable, que como un fantasma para meter el mono, algo que no deseo ni quiero que ocurra en Nicaragua. Los números reales los conoceremos durante el próximo cotejo electoral del 4 de noviembre. Una poca asistencia a las urnas implicaría un retroceso en lo poco que hemos avanzado hacia la democratización del país. Veremos si los políticos son lo suficiente sensibles como para dar ese golpe de mano encaminado a hacer de la política en el Siglo XXI, un ejercicio necesario, insoslayable, aun con los cambios y redefiniciones que se han producido en su interior, como resultado inevitable de la revolución mediática, la punta de lanza de la globalización. Seamos

optimistas. Todavía queda tiempo para rectificar. ¡Esperemos que así sea!

A cambiar reglas del juego electoral

"Las incursiones de la ideología del mercado en campos muy distantes de los negocios y la economía tienen efectos sociales destructivos y desmoralizadores".

George Soros

I

Al despuntar el nuevo milenio, las elecciones de autoridades nacionales en el 2001 deben realizarse bajo nuevas reglas de juego. La Ley Electoral debe modificarse. Las razones para su reforma son múltiples. Los señalamientos varían según quien los formule. A todos los nicaragüenses debe interesarnos su perfeccionamiento. Nicaragua requiere de un nuevo marco jurídico electoral libre de suspicacias. Una nueva ley ampliamente consensuada, ajena por completo a toda sospecha de parcialidad o de inclinar la balanza a favor de determinadas fuerzas políticas. La amplitud de su reforma y la

incorporación de nuevos contenidos deberá ser el resultado de los acuerdos alcanzados por los distintos actores interesados en perfeccionar el sistema electoral nicaragüense.

Ante esta realidad deseo concentrarme en uno de los aspectos que, a juicio de muchos, amerita una inmediata, profunda e ineludible reformulación. Se trata del articulado que determina el uso y regulación de los medios de comunicación durante la campaña electoral. Un tema que por la creciente significación que adquieren los medios de comunicación durante el desarrollo de las campañas electorales, obliga a convocar de manera generalizada a todos los sectores involucrados. Ante la urgencia y necesidad de ganar un mayor respeto y credibilidad ante la opinión pública nacional e internacional, la convocatoria debe sentar las bases de una cultura política incluyente, en un país en donde hasta ahora la norma ha sido la exclusión deliberada y sistemática de diversos actores políticos. Se requiere de un cambio de actitud y de una nueva sensibilidad que coloque a Nicaragua en las puertas del Siglo XXI, sin la carga perniciosa de ese viejo lastre que se ha incrustado en las capilaridades de nuestra cultura política: un sectarismo irritante y una intolerancia manifiesta hacia quienes disienten de las fuerzas políticas dominantes.

Los medios de comunicación se han convertido en los canales privilegiados de circulación del discurso político, esto implica que ciertas normas establecidas en el Título VII de la Ley Electoral (Artículos 86 al 108), deban ser derogadas por diminutas y obsoletas y otras reformuladas a la luz de la *mass-mediatización* de la política. El articulado que regula la compra de espacios para la propaganda electoral (Artículos 90 al 94), resulta absolutamente restrictivo y responde a otro momento de nuestro desarrollo histórico-político. En una época en que los debates electorales y la misma política tienen como escenario fundamental a los medios de comunicación,

los tiempos establecidos en la Ley Electoral deben ampliarse. No hay ninguna fuerza política en Nicaragua que piense lo contrario. Este mismo criterio es compartido por organizaciones cívicas y No Gubernamentales.

II

Cuando la estrategia electoral se ha convertido en una virtual competencia comunicacional, resulta ilógico imponer restricciones exageradas a la propaganda electoral desplegada por las fuerzas políticas que participan en las elecciones municipales. El contexto en que se desarrolla la política nicaragüense, presenta algunas características que ubican a los medios como actores privilegiados, al extremo que la actividad política recurre y tiene como su epicentro, el uso reiterado y sistemático de los medios de comunicación. La actividad política esta dominada por la imagen y las herramientas de comunicación audiovisual. Ningún político, mucho menos ningún candidato puede voltearle las espaldas a la televisión. En Nicaragua vivimos durante la presente campaña electoral municipal, con cierta intensidad, en Managua fundamentalmente, ese fenómeno caracterizado por Giovanni Sartori como el de la *videopolítica*.

Todo lo anterior supone un desafío. La discusión sobre el uso y regulación de la propaganda política que los partidos pueden pautar en los medios, debe convertirse en una magnífica oportunidad para abrir el debate sobre la necesidad o no de establecer límites en su utilización durante la campaña electoral. Tal vez este sea uno de los capítulos más interesantes del debate. La discusión abierta en otros países puede sernos útil. En una época en que el fundamentalismo

del mercado ha pasado a ser un absoluto, hay quienes pensarán que no puede imponerse ninguna restricción en la compra de espacios por parte de los candidatos. Plantearán que no debe haber límites en la contratación de espacios. Algunos académicos y practicantes de la política sostienen una tesis diferente. Sobre todo, aquellas personas convencidas de que la imposición y extensión de las reglas del mercado a la esfera política, resultan inadecuadas, absolutamente contraproducentes. En esta línea de razonamiento se colocan el multimillonario George Soros, director de *Soros Fund Management* y el politólogo italiano Giovanni Sartori.

Soros advierte que en nuestras sociedades existe un sector no mercado. Con esta afirmación alude directamente “a los intereses colectivos de la sociedad, los valores sociales que no se expresan a través de los mercados...que solo se pueden abordar colectivamente”. Todavía aclara: *“Como actor del mercado, intento maximizar mis beneficios. Como ciudadano, me preocupan los valores sociales: la paz, la justicia, la libertad o lo que sea. No puedo, recalca Soros, dar expresión a estos valores como actor del mercado... Debemos distinguir entre elaborar las reglas y actuar conforme esas reglas. La elaboración de reglas supone decisiones colectivas o política”*. Se requiere un equilibrio entre la política y los mercados. Entre la elaboración de las reglas y el acatamiento a las mismas. La visión de Soros es más amplia. Su crítica a los políticos es explícita. Una recriminación pertinente. Acusa a los políticos que “en vez de defender ciertos valores intrínsecos, desean ser elegidos a toda costa”. Ni dudar que *“esta actitud va en detrimento del postulado sobre el que se construyó el principio de la democracia representativa”*.

Sartori lo expresa en términos idénticos. Advierte que no existe parangón alguno entre política y mercado, como lo pregonan los panegiristas del mercado. Para salir al paso a quienes se sienten

tentados en homologar la esfera del mercado con la esfera política, Sartori sostiene que "*la analogía entre mercado económico y mercado político, entre competencia de productores y competencia de partidos, es una analogía débil*". Se trata de dos ámbitos de acción distintos, regidos por lógicas diferentes.

III

La inclinación de la balanza en cuanto al uso del tiempo y la inversión de recursos en la propaganda electoral, en Nicaragua estará determinado por la forma en que los políticos adopten uno de los dos patrones en que se asuma la *americanización de la política*. Los Estados Unidos han planteado y logrado difundir un modelo internacional de campaña electoral. En relación a los postulados del marketing político norteamericano, pueden ocurrir dos cosas. Podría ser que los dirigentes locales hagan una traslación mecánica y adopten como artículo de fe, sin modificación o variación alguna los axiomas estratégicos propuestos por los norteamericanos (*adoption model*) o bien, prefieran hacer lo que están haciendo en otras partes del mundo, asumir ciertas técnicas y rutinas pero climatizadas y nicaraguanizadas (*shopping model*). Todo está por verse. Me inclino por el segundo modelo.

Hay que discutir con amplitud y de manera desprejuiciada, las ventajas o desventajas que supone la tendencia hacia la privatización de la política. La esfera pública continúa adelgazándose. Casi está desapareciendo por completo y en Nicaragua a pasos acelerados. Esto me anima a compartir el criterio del chileno Ricardo Núñez. A contrapelo de lo que acontece en la

actualidad, Núñez toma distancia de la tentación privatizadora del ámbito político. Se niega a aceptar que la política continúe considerándose hoy en día, *"como una actividad más de las que se encuentra atrapadas en la dogmática mentalidad de que todo es privatizable"*. En nuestra provincia casi nunca se alude el tema. Ni siquiera la clase política local se atreve a plantearlo, aun cuando cada vez más ve reducida su influencia e incidencia sobre la cosa pública. ¿Cuál cosa pública? Preguntará algún cínico.

Durante las elecciones de 1996, en Nicaragua se gastó un 73% más de lo que se destinó para la educación pública durante ese mismo año. En los tiempos del fundamentalismo del mercado, las probabilidades de resultar electo queda atada a la disponibilidad de cuantiosas sumas de dinero. En la experiencia norteamericana, ese espejo en el que nos gusta mirarnos, durante las elecciones de 1996, el 92% de las bancas en la Cámara de Representantes y el 88% de los escaños en el Senado fueron ganados por los candidatos que más dinero invirtieron en la campaña. Pareciéramos dispuestos a reescribir prácticas del Estado absolutista.

En Nicaragua, durante un trayecto de su historia y por razones económicas, el ciudadano común quedaba inhabilitado legalmente para optar a cargos públicos, si no disponía de recursos económicos (ver *Constituciones Políticas* de 1838 y 1858). Los candidatos para presidente, senadores o diputados, requerían disponer de propiedades, poseer alguna industria o dinero constante y sonante, caso contrario, sus candidaturas estaban vedadas. Los tiempos que corren invitan a tener presente la lúcida advertencia de José Joaquín Brunner, quien resalta con acierto, que *"la construcción de una esfera pública distinta y separada de los intereses privados, constituyó uno de los grandes avances en el despliegue de la racionalidad democrática. En efecto, puso fin a la práctica de tratar a la comunidad y al Estado como el asunto privado de un grupo único de notables"*.

Todos estos aspectos resultan inquietantes, provocativos y aleccionadores. En la encrucijada actual, los nicaragüenses y especialmente su clase política, no pueden rehuir ni postergar los retos que plantea el hecho de haber convertido al mercado en un absoluto, lo que le ha permitido invadir esferas de actuación que no le corresponden. ¿Será demasiado tarde? Sigo siendo optimista. ¡Esperemos que no!

El mercado, la política y los medios

I

Cada cierto tiempo el cine nos sorprende con sus novedades. *Wag the dog*, esa cinta sarcástica, cargada de verismo, cuyas estrellas fulgurantes son Robert De Niro y Dustin Hoffman, señala de manera elocuente los nuevos usos que se derivan del encuentro definitivo de la televisión con la informática. Con ese *glamour* que siempre ha caracterizado a Hollywood la película demuestra que en los juegos de poder, la realidad virtual estará de hoy en adelante por encima de la realidad verdadera. Los estrategas agregarán a su arsenal de fantasía toda una parafernalia tecnológica capaz de crear nuevos contextos, suscitar otros entornos, hacer y rehacer la realidad a su gusto y antojo, para poner en su lugar aquello que consideren conveniente para promover sus intereses políticos, económicos y militares.

Toda la truculencia y el juego de luces y artificios que caracterizan a *Wag the dog*, vienen a ser la confirmación definitiva de que la política del Siglo XXI será radicalmente distinta de como

se practica ahora. El mercado y los medios de comunicación han modificado el que-hacer político. La transformación más radical ha sido el desplazamiento progresivo y la casi anulación de los temas ideológicos durante las campañas electorales. También han metido en crisis a los políticos como actores fundamentales para mediar las necesidades del electorado ante las demás instituciones públicas y privadas. En un exceso delirante hay quienes certifican sin rubor el fin de la política.

La traslación mecánica de las reglas del mercado al campo de la política tiene diversos efectos. Las ideologías dejan de tomarse como un valor fundamental. La campaña se estructura como una organización de marketing. El candidato es el producto y los votantes los consumidores. Los electores dejan de participar en la política como una obligación ciudadana. Como lo expresa Terence Qualter, la interpretación comercial del proceso político ve las ideologías más cercanamente al empaquetado que a la esencia de lo que se vende. Las ideologías dejan de tener un valor frontal.

El carácter y la naturaleza del activismo político varía. El mismo peso del partido cambia. Las políticas se reducen a imágenes de mercado. El atractivo emocional se enfatiza. Como lo recalca Regis Debray, el asesor de imagen suplanta al técnico, al ideólogo y al literato en función de favorito. *El Príncipe* lo necesita a cada momento. La retórica deviene en escenografía. Los expertos no requieren compromisos políticos ni vinculaciones estrechas con el partido o grupo de partidos que los contrata. La política se desatiende de lo correcto y verdadero y se focaliza en las estrategias para vencer. Para los brujos de la mercadotecnia la introducción de temas filosóficos o morales complican algo que a su juicio es una cuestión meramente técnica. Como lo anticipó Vance Packard en la década de los cincuenta, estamos en el reinado de los expertos. Los sueños que abrigaban de conducir la política como una especie de

producción cinematográfica, con un guión previamente determinado, se han autocumplido.

II

En nuestro país asistimos de manera acelerada a la aceptación y proliferación de estas prácticas. Tres hechos empíricos ocurridos durante la presente campaña electoral municipal confirman que entramos de lleno a una nueva manera de hacer, ver y entender la política en Nicaragua. Tres hechos reveladores que ponen en evidencia la superposición de nuevas formas de practicar la política en nuestro vecindario. El primero de estos cambios, y tal vez el más revelador, lo puso en evidencia la encuesta realizada por *Cinase/ Foro Democrático*.

En su segundo estudio *Participación ciudadana: elecciones municipales de Managua 2000*, los encuestados responden que el medio más efectivo para decidir su voto es la televisión (49%). En segundo lugar ubican a la radio (23%), en tercer renglón a los periódicos (4%) y únicamente un 1% dijo que las influencias provienen de pláticas con amigos o vecinos. Estamos frente a un hecho novedoso.

Lo trascendente del caso es que se trata de una elección municipal. Un tipo de campaña en donde la relación cara a cara entre el electorado y los candidatos, ha sido una constante. En América Latina asistimos a fenómenos similares. Las relaciones culturales, mediadas por las tecnologías se entrelazan y se vinculan cada vez más con las experiencias ciudadanas. La razón podría estar

en el carácter lúdico de los medios. A esta realidad debemos sumar la alta concentración poblacional de nuestras capitales. Jesús Martín Barbero explica que con la existencia de la televisión, en una ciudad diseminada, *"el medio sustituye a la experiencia, o mejor constituye la única experiencia-simulacro de la ciudad global"*. Según los datos arrojados por *Cinase/Foro Democrático*, en Nicaragua la relación mediada se ha convertido en la forma más efectiva a la que hecha mano el ciudadano para escoger al candidato de su preferencia.

En segundo lugar y en consonancia con lo anterior, durante el último decenio la televisión se ha posicionado como el medio de comunicación de mayor expansión y arraigo en la ciudad capital. La *Encuesta sobre preferencia de medios* (Managua, febrero, 2000), realizada por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UCA, ratifica que la televisión se ha convertido en el medio predilecto de los capitalinos para distraerse (65.2%), para aprender nuevos temas (60.6%) y para informarse (59.7%). Un liderazgo visible y ascendente. Sartori devela el misterio: *"Lo esencial es que el ojo cree en lo que ve y por tanto, la autoridad cognitiva en la que más se cree es lo que se ve"*. La televisión nos convierte en testigos privilegiados de todo cuanto ocurre y donde ocurre. Si gobernar es hacer creer, ¿qué es lo más creíble? Hoy en día la imagen, responde Debray. Los políticos nicaragüenses deben volverse practicantes del axioma que introduce la televisión en los rejuegos del poder: *lo que no se ve no existe*. Caso paradigmático: el del candidato de Camino Cristiano, Carlos José Guadamuz, cuya figura ha pasado casi desapercibida debido a una escasa o nula presencia en la televisión.

Tercer acontecimiento: el desplazamiento del centro de gravedad del partido a favor del candidato. En una razón inversamente proporcional, lo que los partidos pierden en importancia lo ganan los candidatos. Los resultados de la

investigación realizada por el *Instituto de Encuestas y Sondeos de Opinión-UCA* (IDESO) así lo evidencian. Uno de los hallazgos de *Elecciones 2000: perfiles del electorado nicaragüense. Estudio sobre gobernabilidad y participación ciudadana* (Managua, octubre 2000), precisa que los partidos alcanzan apenas un 12.8% de la intención de votos, mientras que la persona del candidato triplica la intención de votos a su favor (39.8%). Aparte de las razones ético-estructurales que subyacen en esta decisión del electorado, hay que entender también que el discurso televisivo tiende hacia la personalización. Personaliza la política. En momentos de inflexión, aun cuando los partidos no volverán a ser lo mismo, todavía queda tiempo para reflexionar y darnos cuenta que, como advierte Gütenberg Martínez, presidente de la Organización Demócrata Cristiana de América (ODCA), *"sin los partidos políticos es impensable la operatividad de una sociedad organizada democráticamente"*.

En la actualidad los partidos continúan perdiendo legitimidad y ascendencia. La lógica de los medios les ha desarticulado y sus actores no saben como refundarlos. Para eso hace falta entender, como especifica Castells, que *"a las noticias les interesa el acontecimiento, no la condición subyacente; la persona no el grupo; el conflicto no el consenso; el hecho que adelanta la noticia no el que la explica"*. El discurso televisivo se sostiene sobre el drama y suspenso. El cambio es de una magnitud sin precedentes. La prensa y la radio se plegaban a la agenda de temas propuestos por los partidos políticos. La televisión cambió las reglas del juego. La relación política-medios ha quedado invertida. La televisión ha terminado por imponer sus ritmos, pausas, horarios y lenguajes. Asistimos a la centralidad comunicacional de la política. Solo basta ver *Wag the dog* para tener ocasión de comprobarlo.

**Elogio
de la
literatura**

Soy un lector impenitente

(Entrevista con Felix Navarrete)

Quizás preocupado por estos temas, Rothschuh Villanueva -decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Centroamericana- se siente en deuda con la literatura, por no haberle dedicado todo el tiempo necesario, aunque en sus diecisiete libros publicados tenga textos literarios de gran valor como "Asalto a la memoria". A continuación la entrevista.

La Tribuna - *Hablemos un poco de tu infancia. ¿Qué imágenes de la infancia son vigentes en tu vida personal y profesional?*

Guillermo Rothschuh Villanueva. Creo que hubo una etapa decisiva que fue entre los 13 y 14 años. Hay cosas que te marcan de una manera determinante. Uno cuando logra tomar conciencia, puede

ver hacia atrás y eso me ocurre con determinados hechos y circunstancias. Para ganarme el derecho a la calle, yo comencé a mejorar mi rendimiento académico en el colegio. Y la primera sorprendida fue mi madre, cuando después de ser un alumno que de forma maltrecha aprobé mi primer año, el segundo año vino el boletín marcando el primer lugar. En esos tiempos mandaban de la escuela con tus calificaciones y el lugar que ocupabas. Mi madre se sorprendió. Por esa misma época descubrí la belleza de las mujeres. Y como quería ganar un mayor espacio de la puerta hacia fuera, o como decía Carlos Fuentes en *Cosa Nostra*, esperaba ganar un mayor espacio del dintel de la puerta hacia adentro es Cosa Nostra y del dintel de la puerta hacia fuera. Entonces me propuse ganarme el espacio. Cuando el próximo mes salí con buenas notas, reclamé que se me diera más tiempo de estar en la calle y la reacción de mi madre fue negativa. Por otra parte, crecí en un ambiente marcado por una influencia paterna, donde no se fumaba ni se bebía, la excusa que yo añadí para tratar de convencerla era que no bebía, ni fumaba, que era un buen estudiante. Y para rematar mi juicio repliqué: soy un vago sano. Aún así perdí. Por otra parte, me desarrollé en un ambiente donde se transpiraba literatura, donde había un ejercicio intelectual muy intenso, donde había el liderazgo de un hombre que comandaba una tropa de jóvenes, que estaban alrededor del Clan Intelectual de Chontales. Ese hombre era mi padre. Recuerdo que la UNAN realizó unos cursos de verano donde yo me matriculé en Economía Política. Ese curso me marcó para siempre. El que impartía esa asignatura era Guillermo Rothschuh Tablada. Fue la primera vez que mi papá me dio clases, desde entonces no ha dejado de hacerlo.

Crecí en una situación marcada por dos personalidades fuertes. La de mi padre y la de mi madre. La una, marcando mi conducta, y la otra influyendo en mis lecturas y en mi proceso de formación. El me inculcó una enorme disciplina. Desde el inicio de mi bachillerato

había devorado varios libros y para cuarto año de secundaria ya metía en problemas a mi profesor de literatura.

-¿Cuáles fueron los primeros libros que leíste?

El primer libro fue *Huazipungo*, después pasé a la *Vorágine*. De estos salté a Shakespeare. Alimentaba mi fantasía además que su lectura me servía para mi hilvanar dos o tres pláticas ante las muchachas. Recuerdo que el drama de Romeo y Julieta fue impactante. Estas cosas te van marcando y cuando vos te das cuenta, te pasa como le ocurre al narcómano: con los primeros pinchazos ya quedas infectado. Esto te provoca cierto placer por la lectura y eso me condujo a reflexionar sobre la importancia de asumir algunas responsabilidades que mi padre tenía con Juigalpa, uno de sus más grandes amores.

-¿En qué momento te das cuenta que tu destino va a ser el de un intelectual?

Fue en el primer año de la universidad. Hice propia una expresión de León Felipe: "mi profesión es mi destino". Siendo estudiante aventajado de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad Centroamericana, me doy cuenta que mis preocupaciones fundamentales están en la literatura y en la historia de Nicaragua. Esas son cuestiones que te marcan. Había una preocupación por entender el origen de este país, la conformación del Estado Nacional, porque aprovechando las grandes lecciones de la historia, íbamos a ser capaces de incidir de una manera positiva en su desarrollo. Recuerdo que comencé a venir todas noches a la UCA para reunirme con toda la poetería: Luis Rocha, Beltrán Morales, Jorge Eduardo Arellano, Julio Cabañes. Me di cuenta que independientemente de que estaba estudiando leyes, mis afinidades pertenecían a otro campo. También recuerdo que íbamos a hacer

fila a *La Prensa* para hablar con el poeta Pablo Antonio Cuadra. Todo con la intención de pedirle el favor de que te publicara tus primeros infortunios. En ese momento, yo sabía que estaba estudiando una profesión que difícilmente o tal vez nunca iba a ejercer. Lo único que sabía es que por esa puerta habían entrado a la vida intelectual del país una gran cantidad de personas, y que por esa misma puerta estaba entrando yo. No sabía por cuál iba a salir, pero tenía conciencia de que Sergio Ramírez, Alejandro Serrano, Carlos Tünnermann, Denis Martínez Cabezas, Manolo Morales, Mariano Fiallos Oyanguren habían entrado por esa puerta y habían salido por otra. Con esto se fortalecía el antecedente de que vos podías estudiar una profesión clave, que te sirviera para entender mejor el mundo, pero que por ello no necesariamente te sintieras atado a ella.

-Hay varias facetas de Guillermo Rothsuh, escritor, periodista, comunicador, profesor, ¿Con cuál preferir quedarte?

Yo he hecho más bien la sumatoria de esto como parte de mi vida académica. Me quedo en la UCA en 1973 cuando el sucesor del Padre Pallais (Arturo Dibar s.j.) me llamó a Juigalpa y me hizo una oferta de dar clases. Yo estaba en quinto año y mis calificaciones hablaban por mí. Ví el momento propicio para meterme en un oasis que evitara contaminarme de lo que yo consideraba dos de los grandes males de Nicaragua: el somocismo y la empresa privada. Entonces, no me queda más que hacer una vida académica, apostar por Nicaragua, pero con la mayor libertad posible, sin tener que estar sujeto a las intrigas palaciegas del gobierno ni a las presiones económica del sector privado. Fue así que me quedé para siempre en la universidad. Desde ahí se me permitió incursionar en todas las direcciones que vos has apuntado, claro, desde el punto de vista académico.

-¿Cómo surgió la idea de tu primer libro?

Era la época en que nuestras preocupaciones estaban encaminadas a buscar la transformación del país. Para entonces, la gran discusión en la década de los 70, era sobre las políticas antinatalistas que tenían como su cabeza más visible a Roberto McNamara, y por el otro lado, la teoría de la dependencia en las ciencias sociales. Estando en la universidad con Eddy Matute trabajamos un libro que se llama *Notas sobre acumulación de capital, control natal y desarrollo del Estado Nacional de Nicaragua*. Ya mis primeras lecturas marxistas me permiten darme cuenta de que no es la teoría de la dependencia la clave para entender los fenómenos que estamos viviendo. Ahí descubrimos que la situación que padecen nuestros países obedece a los modelos de acumulación de capital. De ahí surge este primer libro que fue publicado en enero de 1977. Para ese entonces yo creo que las claves para la liberación del país no estaban en la literatura, sino que en la economía y la sociología. Cuando descubrí esto y comencé a leer textos de sociología y economía, decidí deshacerme de toda la biblioteca de literatura. Recuerdo que fui a entregarle a mi papá todos los libros de literatura, y me inscribí en el curso de postgrado de Economía Política de la Universidad de México.

-¿Cómo fue que te relacionaste con las comunicaciones?

Después de una larga plática una noche en La Habana con Enrique González Manett. El viejo me seduce y me demuestra con certeza que el futuro inmediato está mediado por todo lo que ocurre en el campo de la comunicación. Entonces, cambio y me traslado de Economía a Comunicación. Pero pasa otro fenómeno interesante. Así como los amantes furtivos van a ver a sus queridas --lo hacen travesando la puerta trasera de una manera vergonzante--, descubro que sigo manteniendo un concubinato con la literatura. Que soy un

vergonzante por que vivo pendiente de las novedades literarias. Con el tiempo soy un convencido de que en un universo como el nuestro, donde se oscurece más el horizonte humano, la clave de desciframiento, de reencantamiento de nuestras sociedades pasa por la literatura inevitablemente.

-¿Si tuvieras que retirarte a un año sabático, ¿qué libros te llevarías de literatura nacional y universal?

Esa pregunta que en alguna ocasión de mi vida me la he tenido que formular, la he venido matizando cuando vos comenzás a encontrar respuestas similares en algunos autores para los que guardás un enorme aprecio. Carlos Fuentes me sedujo y me dijo que sin *El Quijote* me era imprescindible ir hacia ningún lado. Pero García Márquez que había tenido influencias de Hemingway y Faulkner decía que hay autores con los que en tu época juvenil tuviste una relación estrecha, íntima, pero que cuando volvés a ellos tomas cierta distancia. Sin embargo, me llevaría para contagiarme no sólo de la locura de *El Quijote* sino también de *Cien Años de Soledad*. Independientemente de que ya sudé la borrachera de *Palinuro de México*, me llevaría de nuevo el *Ulises* de Joyce. También me llevaría algunos textos de Cortázar. Las primeras creaciones de Vargas Llosa, cuando era un verdadero incendiario de la literatura, cuando apostaba a que el escritor era el verdadero suplantador de dios sobre la tierra. Me llevaría a Darío, a Sergio Ramírez, a Coronel Urtecho, pero me llevaría a Lizandro Chávez Alfaro, a Beltrán Morales. Creo que estos escritores nicaragüenses me servirían de mucho para pasarla divertido durante ese año sabático.

-Como especialista en Comunicación, me gustaría que me hicieras una radiografía de la situación de las comunicaciones en el país. ¿Cuál es el derrotero de la comunicación?

Toda la década del 90 fue una etapa de desarrollo comercial de las comunicaciones. Ese crecimiento y ese desarrollo comercial no se tradujo en una mayor calidad. Pero sí fue un año interesante y decisivo: ese crecimiento desbordante de la FM que ha variado los hábitos de consumo sobre todo de los jóvenes, la aparición de la televisión globalizada, la fundación de nuevos periódicos en la década de los noventa, que vino a romper con los monopolios de ciertos medios en Nicaragua, el hecho de darnos cuenta de que las telecomunicaciones son un hecho vital y que el destino del país va a estar marcado de alguna manera por lo que ocurra con la enajenación de Enitel. Pienso que ha surgido una nueva generación de jóvenes que están destacándose en los medios de comunicación, y están tratando de modernizar el quehacer de los medios. Es gratificante saber que existe un proceso de búsqueda, apostando por un nuevo quehacer en el ámbito de la comunicación.

-¿Cuál es el futuro de los periódicos ahora que se están desarrollando a pasos agigantados la Internet y la información digital?

Cada vez que surge una nueva tecnología cuyas virtudes son aprovechadas por las formas de expresión novísimas que van surgiendo, se canta una especie de réquiem a las viejas formas de expresión. Si bien es cierto que la prensa escrita se ha debilitado frente al auge de los medios audiovisuales, y ésta se multiplica y crece de manera acelerada, no debemos olvidar que la lectura siempre ha sido un fenómeno elitista. Sin embargo, yo que pertenezco al *Parque Jurásico* y sé que las acechanzas son fuertes, sigo apostando a que los medios impresos continuarán viviendo. Y así como hubo aves agoreras prediciendo con el advenimiento de la televisión la muerte de la radio, creo que tendremos medios impresos para rato. Desde luego con enormes cambios y transformaciones, pero con un nuevo lenguaje y una nueva forma de presentar los

hechos. Sabemos que la imagen es poderosa, pero el proceso de elaboración y de creación escritural como la metáfora son inagotables. Por algo decía García Márquez que no concibe *Cien Años de Soledad* en la pantalla. No se la imagina.

-¿Cómo es un día corriente de Guillermo Rothschuh?

A veces bromeo y digo en voz alta que me parezco mucho a los cristianos. Atormento mi conciencia cuando no estoy sometido a una disciplina de trabajo que debe iniciarse desde tempranas horas de la mañana. Un día mío es levantarme a las cinco y media de la mañana, trotar cinco kilómetros, bañarme. Luego, me voy a la universidad, comienzo a trabajar a las ocho de la mañana. Tengo mis jueves del Santísimo que es la *Cátedra Abierta*, todos los jueves, que arribó a diez años de existencia. Todos los jueves de mi vida tenemos un invitado a debatir sobre lo que interesa a los jóvenes universitarios conocer. Atiendo tres consultorías. Preparo documentos, lecturas. Mi trabajo concluye a las siete, ocho de la noche, y mi conciencia se atormenta cada vez más si me doy cuenta de que no he leído y que estoy en estado de pecado. Soy un lector impenitente. Cómo vivir sin los libros y su afectuosa compañía. Mis dos grandes vicios son no haber aprendido a fumar ni a beber.

-¿Casado?

Soltero, con compromisos. Estoy comprometido, pero no casado.

-¿Sos coctelero?

Soy como una especie de oso madriguero. No ando en actos públicos, no voy a fiestas, no voy al teatro. Voy al cine. Me voy al

mediodía con mi familia a esas tandas donde sólo hay doce personas. Me gustan los ambientes cerrados.

-¿Si no hubieras sido decano de la Facultad de Comunicación, catedrático, comunicador, qué te hubiera gustado ser?

Hay una figura de García Márquez que me seduce. Me hubiera gustado escribir cartas para enamorados, como Florentino Ariza. Me hubiera gustado ser una especie de amanuense. No me hubiera gustado jamás ser comerciante.

-¿Cómo se calificaría Guillermo Rothschuh en una frase?

Como una persona en proceso de búsqueda permanente.

-¿Cuál ha sido tu mayor éxito?

Hasta ahora ninguno.

-¿Cuál ha sido tu mayor fracaso?

Tal vez no haberme entregado, en un momento determinado de mi vida, de lleno a la literatura. Te lo digo con toda sinceridad.

Borges y el Salón de la Fama

Managua 26 de febrero de 1999

Edgar Tijerino Mantilla

El Nuevo Diario.

Estimado Edgar:

Considero oportuno y convincente el cuestionamiento que formulás a nuestro devaluado *Salón de la Fama*. A ese lugar no entra sólo el que no es propuesto a ocupar un sitio de honor, merecido o no.

Tus críticas me recuerdan al inolvidable Jorge Luis Borges. En un intento por tomar distancia de los galgos que manejan las casas editoriales, sometido como estaba a estampar autógrafos sobre cada uno de sus libros, para salvarse de la ignominia, Borges tuvo que echar mano a su mordacidad. Con ese estilo inconfundible que le granjeó enemistades por todas partes, riéndose de su suerte, exclamó en voz alta: «*Son tantos los libros a los que he puesto mi autógrafo, que estoy convencido que mañana sólo tendrán valor*

aquellos libros que escaparon de ser firmados». Algo así como la nulidad en valor del córdoba en aquellos días de super-inflación galopante.

El *Salón de la Fama* ha estado sometido a un proceso de elefantiasis desmedida. ¿Cómo llamar al exceso en que han incurrido? ¿A cuenta de qué y porqué otorgar reconocimientos a una cantidad de atletas superior, muy superior, a la que en verdad ha producido Nicaragua en toda su historia?

Con el perdón de algunos incorporados, pienso que muchas distinciones parecen haber sido conferidas atendiendo criterios ajenos, muy lejanos a razones de carácter estrictamente deportiva. Si la premiación continúa este ritmo vertiginoso e indiscriminado, serán tantos los homenajeados, que dentro de muy poco tiempo ni el mismo Estadio Nacional --¿cómo me dijiste que se llamaba ahora? -- será capaz de albergar tanta, pero tanta gente.

Lástima que una iniciativa como esta se haya echado a perder. Sobre todo porque en el *Salón de la Fama* están, ¿quién lo creería? no todos los que son.

Pero qué le vamos a hacer Edgar, así marchan muchas cosas aquí. Beltrán Morales estaría haciendo sorna de estos disparates. Practicante irredimible de los juegos de palabras se preguntaría en tono casi inocente, ¿Salón de la fama o salón de la infamia?

Vos tenés la respuesta.

Abrazos,

El empeño y la pasión de un hombre

La celebración en Nicaragua del centenario del natalicio de Miguel Ángel Asturias (1899-1999), ha coincidido por razones del azar, con los festejos del veintiún aniversario de fundación de *Nica-Noticias*, la publicación periodística que contra viento y marea, ha logrado sostener el granadino Mario Chacón Silva. La evocación del nombre del guatemalteco Asturias, el premio Nóbel que universalizó Centroamérica con sus creaciones literarias se cruzó en mi memoria ahora que, complacido, me sumo a los distintos homenajes que se están tributando a Chacón Silva, por su perseverancia y terquedad.

Para los días en que Gabriel García Márquez, publicó *El otoño del Patriarca* (mayo de 1975), su novela sobre los dictadores latinoamericanos, más de una voz se escuchó acusándolo de plagio. Entre el listado de acusadores sobresalía el nombre de Asturias. En el intercambio de golpes, Asturias como para ponerle sabor a la disputa, añadió que *Cien años de Soledad*, era una copia del libro de Honorato de Balzac, *En la búsqueda del absoluto*. García Márquez ripostó a Asturias de una manera contundente. Gabo afirmó que la obra monumental, *El señor Presidente*, era un remedo del *Tirano Banderas* de Valle Inclán. Seguir de cerca la trifulca, me

alentó a ir en la búsqueda de las páginas de Balzac. Entonces comprendí, porque hasta don Carlos Marx, se sintió fascinado con la lectura del aristócrata francés.

La polémica, además de obligar a empinarme las obras tenidas como sospechosas, me permitió encontrar en los textos de Balzac, una clave metodológica para reconstruir la historia, cuando los documentos o manuscritos se han perdido o extraviado para siempre. Don Honorato, ese burgués talentoso y realista, me enseñó también, aludiendo a la Agencia Havas, que las agencias internacionales de noticias, lograban el prodigio de la creación de un único periódico alrededor del mundo, en tanto que todos publican la misma versión de un mismo acontecimiento servido por la agencia noticiosa. Me reveló complacido, que la reconstrucción de la historia, podría lograrse mediante un análisis detallado de la arquitectura, algo que calza como anillo al dedo, en el caso de la ciudad de Granada. Haciendo extensivo el método, no me cabe la menor duda, que parte de la historia de Granada puede ser reconstruida a través de un examen minucioso de la publicación *Nica-Noticias*.

A través de un trabajo perseverante, Mario Chacón Silva, ha mantenido con vida una publicación nacida en agosto de 1978. Una lectura arbitraria de su cuerpo discursivo - 544 ediciones - permiten tener una visión aproximada de la historia cotidiana de Granada. La lectura de *Nica-Noticias* ayuda a reconstruir el itinerario de la Granada de finales de siglo. La continuidad de la publicación, convierte a *Nica-Noticias*, en parte de esa misma historia, constituyéndose en un elemento más del paisaje social y del entorno cultural de una de las ciudades nicaragüenses que posee como uno de sus grandes atributos, un envidiable diseño arquitectónico colonial en su casco urbano central.

Nica-Noticias es una empresa familiar. Su existencia ratifica que es en el seno del hogar donde se forjan y se da continuidad a las más caras tradiciones de nuestros pueblos. Mario Chacón Silva ha enrolado a toda su familia en esta empresa sociocultural, cuya trascendencia pasa por fijar derroteros a los ciudadanos, orientándoles y mostrándoles el camino a seguir en una Nicaragua en permanente crisis política. La Granada del extraordinario *Grupo de Vanguardia*, de Jorge Eduardo Arellano, José Joaquín Quadra Cardenal, Fernando Silva Espinoza, Nicasio Urbina, Jimmy Avilés y Fernando López. Esa Granada que para conmemorar su 475 Aniversario de fundada acoge en su seno a las editoriales más prestigiosas del mundo y a los cineastas más importantes del país, cuya creación ha contribuido a forjar la identidad de la cinematografía nacional, delineando los contornos del rostro de la Nicaragua de los últimos veinticinco años.

En la ciudad de Granada, orgullosa de sus tradiciones, cuya arquitectura ratifica la sentencia de Balzac, alcanza su mayoría de edad *Nica-Noticias*, al conmemorar este año su veintiún aniversario. Su existencia se debe a la pasión y empeño de un periodista, que sigue teniendo como única divisa la creación de una Nicaragua más plena y mejor para todos. Un periodista como Mario Chacón Silva, que habiendo insurgido al periodismo nacional a través de las ondas hertzianas en los años setenta con sus noticieros en *Radio Granada* y *Radio Sport* y durante los noventa ha proseguido esta labor en *Radio Diriangén*, sin olvidar que *Nica-Noticias* constituye su mayor aporte cultural al desarrollo de su ciudad natal.

Un retrato merecido

*A los doctores Róger Martínez Jarquín
y Angélica Alvarado Vanegas,
por su humanismo de puertas abiertas.*

No habíamos ni siquiera estirado las piernas, apenas nos acercábamos al local, cuando el tipo comienza a sorprenderte. Acecha. Se ofrece. Te encara. Sin que nadie se lo pida decide por su cuenta ser tu guía. Nos saca de balance. Dina me lanza una mirada reprobatoria. Alfonso, casi incrédulo, alza las cejas. Antes de que podamos responder deja clara las cosas. Si queremos conocer *Antigua* requerimos de su compañía. En hora y media debo mostrarles, lo que a ningún otro guía le interesaría enseñarles. No pide nada a cambio. Cortesía de la casa. Peor todavía. Las sospechas crecen.

En menos de un segundo se alza de su silla. Mediano. Tez morena, ligero de peso. Camisa manga corta a rayas. Las gafas no le benefician en nada. Lejos de conferirle un aire intelectual, parece tinterillo de pueblo. A cada uno entrega un mapa. Sobre el trazado

de la ciudad repinta lo que a su juicio resulta imprescindible conocer. Nos invita a salir. Categórico afirma, lo primero que ver, la *Plaza Mayor*. Mis temores se multiplican. El desasosiego me invade. Temo una versión edulcorada de *Antigua*, muy parecida a esas que brindan las tarjetas postales salidas de los lentes de un fotógrafo, por encargo de algún funcionario interesado en promocionar su país. Sobre todo en este lugar que dispone de veinticinco guías turísticos, cuatro de los cuales son auténticos profesionales.

El tipo comienza su perorata interminable. Cada una de sus alocuciones saturadas de fechas. La sinfonía sube de tono. Prolijo. Puntilloso. Persistente en el detalle. Gesticula muy poco. Todo el peso de su intervención recae sobre la fluidez de sus palabras. Decido relajar mis nervios. Me dejo vencer por su canto melodioso. En 1534 se fundó la Diócesis de *Guatemala*. Estamos avanzando sobre el *Palacio de los Capitanes Generales*. No te deja reaccionar. Sale al paso. Impide que los cuentes. Son 54 arcos. Ni uno más ni uno menos. Su construcción fue concluida en 1764. Los planos se encuentran depositados en el Archivo General de Indias, en Sevilla.

En ese instante, preciso que mi primera y más amplia visión de *Antigua* la debo a Marcela Serrano. Aunque para ser exactos en *Antigua vida mía* a quien terminé descubriendo como una escritora singular, llena de vida, encantos y una pluma prodigiosa, fue a esta chilena arrebatada por el entorno mágico de *Antigua*, cautivada, prendada hasta la felicidad por este espacio refulgente, transpirando indigenismo por todos sus costados. Una geografía saturada de colores rabiosos y encendidos tonos. Acaso sus antecesores en la *Araucanía*, los muy... europeos, Neruda por testigo, ¿no habían casi arrasado por completo con la cultura *Mapuche*?

Para que podamos enrumbar la mirada a nuestro gusto y antojo, el tipo decide instalarnos en el costado norte de la *Plaza*

Mayor. Con el índice señala la *Real Casa de la Moneda*. Corrobora lo dicho. Con cuidado extrae de su cartera dos monedas talladas en oro. Son de un real. Con cuarenta de estas comprabas un solar. Deja que las acariciemos. Se ubica frente a *Catedral*. Desliza su charla por la pendiente artística, retoca su discurso. La arquitectura de *Catedral* es manierista. A la izquierda quedaba el obispado. Elogia como a pocos al Obispo Francisco Marroquín. Después concentra su jerga sobre el *Palacio Episcopal*. No ha parado de hablar. Amplía el dato. La Iglesia más antigua es *Santa Ana*. Su construcción data de 1524 y se debe al esfuerzo conjunto de indígenas y españoles.

En *Antigua* sobresale el empedrado de las calles. ¿Influencia morisca? Conoce cada uno de los recodos de manera intimista. Saca a relucir de nuevo su sabiduría local. La gracia de sus calles la debe al italiano Juan Bautista Antonelli. Esto fue por 1544. Hasta ahora se identifica. Entrega su tarjeta. Se llama Héctor Nistal. Su segundo apellido no figura en su carta de presentación: Siquinajay, orgulloso descendiente de los *Sutujil*, de origen *Kaqchikel*. Traducido al español adquiere un significado poético: *Mansión de las Aves*. Su familia materna, del lado de *Atitlán*. Tercero de once hermanos. Gerente en *Antigua* de los transportes turísticos que nos han traído de *Ciudad Guatemala*. Con paso seguro nos introduce en una casa de escasos quince metros de frente. Apenas hemos avanzado cuando de pronto nos sentimos habitantes de un territorio distinto, cautivado por la magia. El hechicero despliega el abanico de su sortilegio. Continúa exorcizándose. Empiezo a creerle. Comienza a ganarme.

Somos huéspedes del *Palacio de doña Leonor de Alvarado Xicotencatl*, hija ilegítima del Adelantado, don Pedro de Alvarado, primer Capitán General de Guatemala, y ella, primera mestiza guatemalteca. Hija de la princesa tlaxcalteca Luisa Xicotencatl, digna rival de doña Beatriz de la Cueva. Una mansión acogedora, repleta de cuartos hasta el infinito. ¿Una habitación diferente para hacer el

amor cada noche? ¿Sacaría la sangre de su padre, sería tan rijosa doña Leonor, la hija de don Pedro de Alvarado? Nos encarama sobre la azotea. Su discurso desbordante gana intensidad. Define la grandeza de la arquitectura indígena. Sonriente muestra en la distancia las ruinas de la *Iglesia de la Compañía de Jesús*. El terreno perteneció al ilustre soldado, el cronista Bernal Díaz del Castillo, celebrado autor de la *Verdadera y Notable Relación del Descubrimiento y Conquista de la Nueva España y Guatemala* (1568). Una manzana de construcción edificada ateniéndose a las reglas y al buen gusto jesuítico: arquitectura sólida, granítica, con decorado barroco.

Los españoles eran pésimos arquitectos. Los indios construían para la eternidad. Sus vigas sísmicas monumentales, tenían cuatro metros de hondo y dos o tres metros de ancho. Voltea la mirada hacia el *Volcán de Agua* (3752 metros de altura). Pese a los reveses infligidos a *Antigua*, no le culpa de nada. Se lamenta más bien de que no podamos verle. Lástima que las nubes no permitan apreciarlo en toda su desnudez. Aquí la tierra corcovea. Los señalamientos cambian de signo. Mudan de piel. En verdad los españoles eran prejuiciados y supersticiosos. Casi acaban con todo. Temían a la serpiente. ¡Ignorantes! Desconocían que en la tradición indígena la fuerza representada por el jaguar tenía que ser complementada por la sabiduría ancestral de la serpiente. ¿Qué sería de la fuerza sin el talento? Nada, se responde. Sostengo en mi memoria el comal de barro que el poeta Pablo Antonio Cuadra pintó para mi padre. *El jaguar y la luna...*

Entra en calor. Cree que llegó el momento de exponer su tesis. Al hablar lo hace como un poseso. Como un verdadero iluminado, exclama que la mejor forma para terminar con la desocupación en *Guatemala*, sería mediante la rehabilitación inmediata de los 1980 sitios arqueológicos con que cuenta el país. Se lamenta. Hasta ahora

sólo funcionan 20. Disiente de los gobernantes. ¿Desestima la inversión extranjera? Lo nuestro debe ser el turismo arqueológico, agrega complacido. No entiendo porque los políticos tardan tanto para darse cuenta. Decide dejarnos ver y apreciar mejor su otra cara. Muestra su sensibilidad. Cree oportuno afirmar de que lado está. Se refiere en términos muy respetuosos al Hermano Pedro de San José de Betancourt (1626-1667). Insiste en ratificar la superioridad cultural de los indios. Mejor que el Calendario Gregoriano el Calendario Maya. Apenas se equivoca en cinco segundos. El Calendario corto de los mayas es de 360 días. Los cinco días restantes no cuentan. Son de mal agüero.

Desde hace rato no pongo atención a las fechas. ¡Que diga lo que quiera! Está en su derecho. Disipa mis dudas. Todo cuanto afirmo podrán comprobarlo. Basta que compren un libro sobre *Antigua*. El de Elizabeth Bell por supuesto. Casi con reverencia nombra de nuevo al Hermano Betancourt, el benefactor de los indígenas. El Hermano Pedro, discípulo aventajado de los Jesuitas, egresado del Colegio *San Francisco de Borja*, fundador del primer hospital para curar indígenas. Estamos frente a la *Casa Santo Domingo*, antiguo monasterio de los padres dominicos. ¿No les recuerda acaso a Fray Bartolomé de las Casas? Un sitio con más de dos manzanas de construcción colonial. La compró la familia Castañeda. Pagó entre cinco y siete millones de dólares. Era de Mister Shook. Un gringuito hábil, despabilado. Disfrazado de bonachón, sacó un anuncio en los periódicos. Deseaba adquirir en *Antigua* una casa para iniciar el estudio de las piezas de *Tikal*. Sólo pagó 29 mil quetzales y luego vendió el local en siete millones de dólares. ¡Todo un negociazo! No tuvo tiempo de gozarlos. Murió la semana pasada, sonríe don Héctor.

¿Dirá sus palabras con resentimiento? Tal vez. No alcanzo a percibirlo. Creo haberle escuchado llamar a Mister Shook

embaucador. Convertido en un hotel de Cinco Estrellas, la *Casa Santo Domingo* reboza antigüedad, funciona como un gigantesco museo. Complacido, don Héctor remata su discurso: "*En este hotel no se hospedan gringos, únicamente europeos y latinoamericanos*". No entiendo su énfasis. Sobre todo viniendo de alguien que vivió en los Estados Unidos por más de catorce años. A lo mejor por eso mismo tiene sobradas razones para hablar de esta manera. Su oferta era de hora y media gratis. Estamos en el límite de su ofrecimiento. Visita a la *Casa de Jade*. Fin de la travesía, con aplomo se despide. Opera un cambio de perspectiva. Nos pone en manos de un jovencito, corbata de por medio, que pulcramente atiende esta mixtura: mitad museo, mitad negocio. Aquí se habla otro lenguaje, de pesos y centavos.

Por nuestra cuenta decidimos conocer el *Convento de Santa Clara* y la *Iglesia de San Francisco*. Dina y Alfonso también tienen deseos de apreciar la obra imperecedera del Hermano Pedro Betancourt, beatificado por la Santa Madre Iglesia Católica el 22 de junio de 1980. ¡Casi desfallezco! De pronto siento que el embrujo se rompe. Las cosas comienzan a perder encanto. No saben lo mismo. Adquieren un nuevo tono. Su brillo se disipa. La magia con que don Héctor Nistal, el Adelantado, las ha impregnado, se diluye, casi desaparece por completo. ¿Quién lo diría? El brujo me hace falta.

¿Sabría don Héctor que cuando nos hizo su propuesta de feria dudamos en aceptar su compañía? ¡Espero que no! Con él sentí de nuevo renacer la magia convincente de las palabras. Su carácter persuasivo. Su poder seductor. Su imbatible capacidad de encantamiento. Sólo dos veces antes lo había sentido de la misma forma. La primera, en *Ciudad México*, en mayo de 1985, en la estación del Metro *La Merced*, en compañía de mi hermano Jorge Eliécer. Al salir a la calle, un encantador de serpientes dejó escapar

su sinfonía. Me reveló para siempre que García Márquez tuvo que haberlo escuchado a él para poder haber escrito con ese desparpajo, el relato prodigioso de *Blacamán el bueno, vendedor de milagros*.

La segunda ocasión en que quedé maravillado de una disertación callejera, fue en *San José* de Costa Rica. La mañana lluviosa del primero de octubre de 1996, escuché embelesado, el recital ofrecido por un vendedor de oro laminado. Acompañado por Sergio Cuarezma Terán, en la *Avenida Central*, bajo el anuncio electrónico de *Radio Monumental*, escuché el canto fluido, contagioso, reverberante y alucinatorio de este vendedor encantado. El oficiante lograba convencer en un dos por tres a su clientela, de la autenticidad de unas *chucherías*, que a decir verdad, no valían nada comparadas con su discurso deslumbrante. La magia esta vez, la irradiaba don Héctor. ¡Pienso que para Dina y Alfonso fue igual! Todo terminó con su adiós.

**Testigo
privilegiado**

Para completar el siglo

I

Los periodistas nicaragüenses y los distintos medios de comunicación social, han comenzado a presentar a las audiencias nacionales, las primeras valoraciones del siglo que agoniza. La televisión y los medios impresos han sido los primeros en plantear los hechos y personalidades que a su juicio marcan con su impronta los últimos cien años de la vida nacional. Se trata de un ejercicio crítico retrospectivo. En este proceso buscan cómo pasar revista de cada uno de los acontecimientos juzgados como los más importantes de nuestra historia reciente. Meterse por los laberintos del tiempo, sometiendo al fuego de la purificación a los actores y acontecimientos que han incidido en la configuración que adquiere el perfil de la nación.

Como ocurre la mayoría de las veces, el enjuiciamiento histórico emprendido por los medios de comunicación luce incompleto, sumamente parcial. Una parcialidad que no está referida únicamente a tomar partido a favor de determinados actores. Se

trata de una parcialidad que se manifiesta a través de la ceguera. ¿Qué impide omitir a los medios y a los periodistas nicaragüenses, a situar dentro de su mirada crítica, el propio desarrollo y el papel determinante que han jugado en el proceso histórico actual? Es posible que las omisiones provengan de la crítica abierta y franca formulada en su contra, por haberse involucrado directamente en la contienda bélica en la década de los ochenta. ¿Podría haber sido de otra manera? Pienso que no.

Para evitar los tropiezos del presente resulta imprescindible realizar un balance de las fuerzas internas y externas que han impreso al país sus características actuales. Al final de este recuento, tal vez sea posible obtener una visión aproximada de las razones o sin razones que colocan a Nicaragua en la encrucijada actual. Asomarse a la historia con el ánimo de aprender las lecciones del pasado, aunque mucho de lo que acontece en el presente indique lo contrario. Los distintos ensayos encaminados a clausurar las puertas de la participación democrática han conducido durante este siglo a situaciones de violencia política, económica y social. La exclusión de diferentes actores ha dado origen a enfrentamientos militares, revueltas y montoneras. Pareciera que persistimos en nuestros errores.

Ninguna razón resulta valedera, francamente convincente, como para justificar la exclusión de los medios de comunicación y de los periodistas en el repaso histórico presentado hasta ahora. Todavía queda tiempo para salvar la omisión. Hay que superar esa grave tendencia a dejar fuera del foco de los reflectores de los medios a su propio discurrir histórico. Sobre todo en un siglo en el que los aportes de los medios de comunicación y de los periodistas han sido significativos y de una enorme trascendencia para la vida nacional. Nos guste o no, los medios son a la vez, mediaciones y actores políticos. La cultura del último cuarto de siglo es una cultura

fuertemente mediatizada. Su incidencia e impacto en los procesos culturales, educativos, políticos, sociales, económicos y militares, resultan crecientes, avasallantes. Intervienen en todos los órdenes y a todos los niveles. Estamos frente a los dinamizadores y controladores sociales más importantes de nuestras sociedades.

II

Cuando uno se atreve a pedir la inclusión del vasto, controversial y apasionante capítulo del periodismo y de la comunicación social nicaragüense dentro del anchuroso texto de la historia nacional de último siglo, lo hace persuadido de que asisten sobrados motivos para formular la propuesta. De manera paradigmática, una somera revisión de dos medios de comunicación y de dos de sus principales dirigentes de este siglo, ratifican la validez de esta formulación.

Sólo basta seguir paso a paso la trayectoria de los diarios *La Noticia* (1915-1957) y *La Prensa* (1926), así como la vida ejemplar y ejemplarizante de sus directores, Juan Ramón Avilés y Pedro Joaquín Chamorro Cardenal, para darnos cuenta del papel crucial y decisivo que han jugado los medios de comunicación para la vida institucional de Nicaragua. *La Noticia*, liberal, y *La Prensa*, conservadora, son dos diarios emblemáticos a través de cuyo discurrir cotidiano podemos seguir de manera pormenorizada el hilo de la historia nacional, así como también la historia y el desarrollo de los medios impresos del país. Dos medios comprometidos, cada uno por su lado, con la democratización de Nicaragua. Su existencia cubre casi por entero el Siglo XX.

La Noticia, bajo la conducción de Juan Ramón Avilés, mantuvo el liderazgo de la prensa escrita desde su fundación en 1915 hasta el año 1948, cuando su hegemonía empezó a ser desplazada por el diario *La Prensa*, bajo la influencia directa de Pedro Joaquín Chamorro Cardenal. En una época en que el periodismo giraba sobre un solo eje, impuesto por liberales y conservadores, ambos medios fueron decantando su propuesta hasta desbordar y trascender los límites partidarios. Avilés y Chamorro Cardenal poseen rasgos comunes. Ambos fueron anti-dinásticos y anti-dictatoriales. Profundamente nacionalistas, mantuvieron siempre una actitud abiertamente anti-intervencionista. Civilistas, es decir, convencidos anti-militaristas. Anti-continuistas, anti-reeleccionistas y anti-pactistas, sufrieron vejámenes y fueron víctimas del acoso permanente del poder somocista.

Todos estos hechos nos conducen en una sola dirección. Para comprender la historia de las libertades públicas en Nicaragua, sus tropiezos, subidas y bajadas, basta revisar la trayectoria del diario *La Noticia* y del diario *La Prensa*, y como corolario, auscultar las vidas de Juan Ramón Avilés y Pedro Joaquín Chamorro Cardenal. Revisen las páginas de nuestra historia y nos daremos cuenta de que nadie se comprometió tanto por hacer germinar la libertad de expresión, para garantizar su plena vigencia y posibilitar la existencia y florecimiento de las demás libertades públicas en Nicaragua como lo hizo Pedro Joaquín Chamorro Cardenal. Selló su compromiso al precio de su propia vida.

Ningún estudio de la Nicaragua contemporánea será completo y dará cuenta de la totalidad de los fenómenos ocurridos durante el presente siglo, si no toma en cuenta y deja de analizar la forma en que los medios de comunicación encaran los hechos y la manera con la que han sido tratados por el poder. Para conocer cada una de las etapas del desarrollo político nacional, una de las mejores

maneras de hacerlo es tener como fuente de consulta y marco de referencia, los distintos avatares, las vicisitudes, titubeos y grandezas de los medios de comunicación social. El estado anímico del país es captado en sus distintos momentos a través de la prensa escrita, la radio y la televisión. Cada imposición de la censura de prensa es un síntoma inobjetable de crisis política y de severos tropiezos para la gestación democrática en Nicaragua.

En donde se perciben mejor los entrecruzamientos de la historia nacional con la historia de los medios de comunicación en Nicaragua, es durante los treinta años que estuvo Pedro Joaquín Chamorro Cardenal al frente del diario *La Prensa*. En 1948 año de su arribo al periódico, inaugura una nueva etapa en el desarrollo del periodismo nacional. Los primeros cambios introducidos por Chamorro Cardenal resultan visibles. La influencia mexicana se tradujo de diversas maneras. Surgen las primeras innovaciones gráficas. Se preocupa por contar con mejores medios de impresión y por conseguir una organización totalmente distinta del periódico. Tratando de innovar se apareció con la novedad de los suplementos socioeconómicos. El mismo año en que *Radio Mundial* inaugura en Nicaragua las transmisiones en onda media (AM), dando paso a una nueva etapa en la radiodifusión nacional, Pedro Joaquín Chamorro Cardenal inicia el proceso de modernización de la prensa escrita en el país.

En una época en que el ejercicio del periodismo estaba marcado profundamente por el compromiso político, Pedro Joaquín Chamorro Cardenal hizo de *La Prensa* una de las principales tribunas de combate y de enfrentamiento en contra de la dictadura somocista. Pero tuvo la suficiente visión como para llegar a imprimirle algunas peculiaridades que convirtieron al periódico en un diario paradigmático en comparación con el comportamiento del resto de medios impresos de América Latina. Pedro político y Pedro

periodista son una misma persona, los abanderados de una misma lucha. En aquellos días, al menos en Nicaragua, no podía ser distinto.

III

Al adentrarnos al siglo venidero y dadas las circunstancias actuales del desarrollo mundial, conviene tener en cuenta el conjunto de particularidades que Pedro Joaquín Chamorro Cardenal logró imprimir como sello de marca al diario *La Prensa*. En el momento en que la política invadía de punta a punta el quehacer cotidiano del periodismo nicaragüense, Chamorro Cardenal logró ir posicionando al periódico fuera de la influencia directa de las distintas fracciones del conservatismo. Al despuntar los setenta, su carrera política había sufrido una profunda metamorfosis. Las páginas del periódico se abrieron progresivamente, hasta permitir la incorporación del discurso de distintas fuerzas políticas, incluyendo a los sectores de izquierda.

La Prensa no sólo mostró desde entonces independencia partidaria, también evidenció una verdadera autonomía empresarial. Uno de sus rasgos distintivos fue haber eludido las trampas del sector comercial, industrial y financiero. Esta determinación puso al periódico fuera de los dictados políticos y económicos de las fracciones conservadoras. De esta manera el diario *La Prensa* logró ubicarse en una situación ventajosa frente a las demás instancias políticas del país. Escapaba a la sujeción partidaria tradicionalista y se mantenía ajena a la sujeción de los diferentes grupos empresariales. En nada se mostró más celoso Pedro Joaquín Chamorro Cardenal, que en su firme determinación de mantener a

raya la influencia de los distintos grupos partidarios y de evitar cualquier intromisión del sector empresarial orientada a imponer al periódico una determinada política editorial e informativa.

En el campo estrictamente profesional, *La Prensa* comenzó a ejercer un auténtico liderazgo ante la opinión pública nacional. La descomposición política, social y económica, fue determinante para que los sectores que permanecían ajenos a la corruptela propiciada por el somocismo, en una época en que la administración de justicia alcanzaba las máximas cotas de parcialidad, se acercaran a un periódico que batallaba en su defensa, abriendo un abanico de posibilidades para la restitución de los derechos conculcados. *La Prensa* asumió de manera intransigente la fiscalización del poder somocista, cuestionando los latrocinios y las crecientes inverosímiles comandadas por el propio presidente del Partido Liberal y Presidente de la República, General de División, Anastasio Somoza Debayle. Nunca un medio de comunicación alcanzó el prestigio que Chamorro Cardenal ganó para *La Prensa*.

Paralelamente, Chamorro Cardenal lograba convertir al periódico en un inmenso laboratorio profesional. Logró fundamentar un visible magisterio, al abrir espacio a los jóvenes periodistas recién llegados o que comenzaban su carrera profesional en este diario. *La Prensa* se convirtió en una genuina escuela en donde terminó de pulirse y forjarse una buena parte del periodismo nacional. Yo pasé por esas aulas. Pedro Joaquín mudaba de piel y de sensibilidad. *La Prensa* ensanchaba su horizonte profesional incorporando a sus páginas a nuevos actores. Los planteamientos y demandas de los sectores sindicalistas y de los partidos de izquierda por primera vez eran recepcionados en el periódico. Como contrapartida, los cambios tecnológicos experimentados en otras latitudes encontraban eco en *La Prensa*. En mi memoria quedó grabado el dato. Danilo Aguirre Solís, su heredero y continuador en la prensa escrita, llegó al

despuntar los setenta, en el mismo instante en que *La Prensa* mudaba la linotipia por el *offset*. El subdirector Xavier Chamorro Cardenal en su calidad de responsable del área técnica y en su carácter de compañero de ruta de Pedro Joaquín Chamorro Cardenal, era el encargado de impulsar en *La Prensa* estos cambios y transformaciones en *La Prensa*.

Me veo obligado a efectuar este breve recuento, en un momento en que el mercado ha pasado a ser el referente fundamental en todos los ámbitos de la denominada postmodernidad. No vayan a pensar o suponer entonces, que esta disquisición sólo tiene un sentido histórico retrospectivo. Si me permito hacer este rodeo es con la intención de prevenir y advertir los grandes desafíos que plantean el mercado y la política a los medios de comunicación de finales de siglo. No vaya a ser que por evadir la influencia política partidaria, queden sujetos a las exigencias unilaterales del mercado. Tienen que evitar las zancadillas. No convertirse en presa de los grandes anunciantes, que cantando loas al mercado, todo lo quieren a su medida y antojo. Por estos y otros caprichos y veleidades, ¡Pedro Joaquín Chamorro Cardenal más de una vez los mandó al carajo!

IV

Existen otros motivos y razones para tomar como punto de partida al diario *La Prensa* y la figura de su director-mártir, durante lo que para muchos, adelantándose en el tiempo, constituye la última *Jornada Ricardo Morales Avilés* de este siglo. Cuatro de las siete personas homenajeadas, hoy 23 de septiembre de 1999, día en que conmemoramos el 75 aniversario del nacimiento de Pedro Joaquín

Chamorro Cardenal, están vinculados a *La Prensa*. Tres de ellos, Anuar Hassan, Manuel Eugarríos y Ernesto Aburto, contribuyeron a forjar un periodismo beligerante y combativo, bajo las directrices de Chamorro Cardenal. Roberto Fonseca se integra en la nueva etapa, ahora que el periódico es conducido de nuevo por Jaime Chamorro Cardenal.

El ideario y las enseñanzas de Pedro Joaquín Chamorro Cardenal son más amplias todavía. El denominador común de todos los profesionales que reciben un reconocimiento de parte de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Centroamericana, lo que une y distingue a todos, lo que les acerca y vincula a Pedro Joaquín Chamorro Cardenal, es su sentido de patria. Los cantos de la globalización no han enajenado sus compromisos con Nicaragua y los nicaragüenses. El fenómeno operado en sus conciencias ha sido hundir más sus raíces sobre esta tierra. En comprometer todas sus energías y su trabajo creativo, en función de un país que se niega a rendir sus banderas. Abiertos a los procesos de cambios que experimenta el mundo, saben que para tener voz propia en el concierto de las naciones, se necesita alimentar nuestros propios sueños y esperanzas. En mantener vivas nuestras tradiciones.

Tenemos el deber de ser nicaragüenses con la misma naturalidad con que proclamamos nuestra sed de futuro y abrimos nuestras fronteras a la cultura universal. Nadie ha sido más persistente en conseguir este objetivo, como lo han sido Carlos Mejía Godoy y Wilmor López Martínez. Y así como Hassan, Eugarríos y Aburto, recibieron el aliento y el impulso de Chamorro Cardenal, Wilmor López es hijo y hermano de Carlos Mejía Godoy. El más formidable documentalista de lo auténticamente nacional, **Wilmor López Martínez**, se inició bajo las enseñanzas y el magisterio de Mejía Godoy. Ambos son fundadores de la *Brigada de Salvación del Canto Nicaragüense*. En 1975 Wilmor López daba rienda suelta



a su entusiasmo difundiendo a través de *Radio Corporación*, las distintas grabaciones que lograba hacer durante sus recorridos por El Sauce, León, Chinandega, El Viejo y Corinto.

El ahora director de la Cinemateca Nacional, el principal realizador del programa televisivo *Huellas Culturales*, auspiciado por el Instituto de Cultura, fue fundador en julio de 1979 del Departamento de Investigación Musical del Ministerio de Cultura. A su visión y empeño se debe el valioso rescate del Atabal de Granada y el Walagayo de Orinoco, en la Región Autónoma del Atlántico Sur. Junto con la familia Urrutia de Estelí y Juan Manuel González de Juigalpa, emprendió la grabación de mazurcas y polkas. Tal vez su mejor logro es el programa televisivo *Así es Nicaragua*. Tuvo la dicha de mantenerlo en el aire durante ocho años consecutivos en el *Canal 6* de televisión.

Carlos Mejía Godoy el más universal y más nicaragüense de los cantautores nacionales, inició su ascenso en 1961. Entonces hizo vibrar de emoción al pueblo nicaragüense con su primera grabación *Alforja Campesina Pinolera*. Desde aquellos años remotos, Carlos Mejía Godoy se entregó en cuerpo y alma a la recuperación del canto nicaragüense. Hijo de Camilo Zapata, Carlos tiene como único punto de partida lo genuinamente nicaragüense. *Quincho barrilete*, canción ganadora del festival OTI en 1977, lo colocó en el pináculo de la fama y proyectó su figura en el ámbito mundial. Cantor de la revolución sandinista compuso los himnos a Carlos Fonseca Amador, a la Alfabetización, al Frente Sandinista de Liberación Nacional, al Ministerio de Interior y La Consigna. A Carlos se debe el *Canto Epico al FSLN*. Productor y animador de distintos programas radiales, Carlos también ha incursionado con éxito en la Televisión Nacional. *El clan de la picardía* es en su género, el programa número uno de la televisión nacional. Embajador cultural de Nicaragua por el mundo, ha hecho de su canto *Nicaragua, nicaragüita*, un auténtico himno nacional.





En **Manuel Eugarríos Velázquez** trasluce su vocación irreductible por las letras. Para iniciar sus estudios de periodismo en 1960 tuvo que recurrir a la magia. Siendo requisito para ingresar a la Escuela de Periodismo, contar con cinco años de experiencia, el Contador Privado, Manuel Eugarríos, sumó a su manera sus afanes y sueños, logrando sacarse de la chistera, los cinco años requeridos para matricularse. Lo hizo recurriendo a la complicidad de los amigos. Esgrimió como prueba de su ejercicio profesional, sus primeras colaboraciones periodísticas en *La Hora*, *La Prensa* y *Novedades*. En 1970 Manuel fue a parar a *La Prensa*, atendiendo el llamado de Pedro Joaquín Chamorro Cardenal. Danilo Aguirre Solís había convencido a Pedro Joaquín de la necesidad de su contratación. Durante once años consecutivos cubrió distintas fuentes informativas. Pero su consagración le llegó como redactor político y parlamentario.

Atento a todo cuanto se publicaba en el Diario Oficial *La Gaceta*, Eugarríos introdujo su contenido como fuente de consulta

en el periodismo nacional. Manuel escudriñaba *La Gaceta* por todos sus costados. Esta nueva modalidad de trabajo lo indujo a descubrir las transacciones más bochornosas de la época. A Eugarríos se debe el conocimiento del comercio de sangre nicaragüense propiciado por Plasmaferisis, la concesión onerosa de Monkey Point y el destape del primer presupuesto de la EEBI. Su columna *El Mirador Semanal*, que ha publicado sin interrupción durante veinticinco años, le fue sugerida por Chamorro Cardenal, en enero de 1974. La cobertura de la Cámara de Diputados le permitió vivir intensamente las 45 horas que duró la hazaña del asalto al Palacio Nacional el 22 de agosto de 1978. Como resultado de este operativo político-militar del FSLN, Eugarríos se llenó de prestigio más allá de las fronteras nicaragüenses con la publicación del reportaje "*Dos...Uno...Cero...y la sesión había comenzado* (45 horas con la muerte).

Siendo estudiante de la Escuela de Periodismo, **Anuar Hassan** llegó a *La Prensa* bajo el padrinazgo de Horacio Ruiz. Para ingresar a la sala de redacción tuvo que hacer un compás de espera.



Su ascenso sólo ocurrió cuando Oscar Leonardo y Gustavo Montalván, se marcharon de *La Prensa* para continuar haciendo periodismo en el diario *La Nación*. Hassan se mantuvo como redactor del periódico durante diez años. Desde 1962 hasta 1972. Su maestría y dominio en la redacción de la nota roja lo convirtieron en jefe de la Página de Sucesos. Durante la década de los setenta *La Prensa* abría su segunda sección con la página roja. A principios de los años setenta Anuar Hassan se había convertido en el *as* de la nota roja. Para entonces yo ya había recibido la influencia directa de Mario Vargas Llosa. En *Conversación en la Catedral*, ese libro herético y monumental sobre la bohemia periodística, el arequipeño reconstruye la figura de Becerrita, el más sobrado y apuesto de los periodistas peruanos. Con Becerrita, un fanático entregado por entero a la cobertura de los hechos más escabrosos, Vargas Llosa crea un personaje emblemático cuyo genio y figura alcanzan vida a través de sus reportajes policiales. Ni dudar que me viera impelido a comparar a Hassan con Becerrita. Periodista integral, Hassan se desempeñó en el periodismo radial y televisivo con el mismo rigor y acuciosidad con que lo ha hecho siempre en la prensa escrita. *La Corporación*, *la Católica* y *la Sandino*, fueron sus santuarios en los setenta como también lo fuera en los ochenta el *Sistema Sandinista de Televisión*. Los cambios y transformaciones impulsados por *La Prensa* durante el último quinquenio del siglo XX lo trajeron de nuevo a su antiguo reducto, para que viniera de nuevo a cumplir con su papel de oficiante mayor de las páginas de sucesos.

Cuando Ernesto Aburto decidió dejar la docencia lo hizo con la certeza de que tendría que abrirse campo en el periodismo nacional. Para tratar de convencer a Pedro Joaquín Chamorro Cardenal, de que su contratación resultaría beneficiosa para el periódico, se armó de valor y le presentó una propuesta que Pedro fuese incapaz de rehusar. Su conocimiento de la fotografía le permitió acreditarse ante el director de *La Prensa* como reportero-



gráfico, una especie en franca extinción dentro del periodismo nacional. Tratando de trascender lo convencional, le afirmó al director del periódico que él era capaz de hacer un tipo de reportaje que se adelantó a bautizar con el nombre de *Crónicas viajeras, sociales y geográficas*. Todavía para persuadirlo le presentó un diseño atractivo y convincente. La audacia de Aburto se vio compensada. El antiguo profesor del *Colegio Loyola*, el ex-presidente de la Asociación de Estudiantes de Periodismo en el Recinto Universitario *Rubén Darío*, el periodista del diario *La Nación* (1974), fue incorporado al diario *La Prensa* en 1977 bajo el encargo de convertir en realidad su oferta deslumbrante. Sus primeros triunfos llegarían el mismo año de su contratación. *La radiografía socioeconómica de San Juan del Sur* y sus reportajes sobre *Los farallones de Punta Cosigüina*, ganaron la confianza de Pedro. No podía ser de otra manera. Ernesto le hablaba a Pedro con

su mismo lenguaje. Sus primeros trabajos son parientes en primer grado de consanguinidad de *Los pies descalzos de Nicaragua* y *Nuestra frontera recortada*, ambos escritos por Pedro Joaquín en 1970. En 1980 se marcharía junto con Eugarríos a fundar *El Nuevo Diario*.

Por distintos motivos conozco de memoria la trayectoria periodística de **Alfonso Malespín Jirón**. La razón principal es que me ha tocado verlo nacer, crecer y desarrollarse en el campo profesional. Mi primer encuentro con Alfonso se produjo en 1988. Decidido a impartir clases en la Escuela de Periodismo me incorporé como profesor de *Introducción a la Comunicación* y desde ese mismo instante me topé con el entusiasmo de Alfonso. Junto a él despertaban a la vida profesional un conjunto de jóvenes que hoy hacen méritos en el campo del periodismo nacional. Fabián Medina, Edgard Rodríguez, Nohelia González, Gloria Izabá, Fernando



Vallejos, Josefa Gómez, Auxiliadora Rosales, Judith Vanegas, Yolanda López, Allan Hernández y otros más que no perdonarán la omisión de sus nombres, con quienes inicié una relación que trascendía las aulas universitarias. Una de las figuras más próximas fue la de Alfonso. Maduro, disciplinado, estudioso, gran lector, llegaba como muchos desde la provincia, con el firme propósito de conquistar la capital. Su rigurosidad y empeño eran convincentes. Estabas frente a un joven que haría todo lo posible por culminar con éxito sus estudios universitarios. En 1989 me lo llevé a trabajar conmigo al Ministerio de Cultura. En 1989, cuando cursaba segundo año se terminó la beca que el generoso Bosco Parrales había inventado en CORADEP para sostener su estadía en Managua. Me escribió desde Ocotlán, *"por nada del mundo dejaré de estudiar"*. Entonces lo presenté ante Carlos Fernando Chamorro Barrios después de haberlo persuadido de que si no lo contratara dejaría ir a una de las grandes promesas del periodismo nacional. Chamorro Barrios le abrió las puertas de *Barricada*. Dos años después convencí a Alfonso que tenía madera para convertirse en un exitoso profesor universitario. Desde entonces las aulas lo conquistaron para siempre. El joven profesional se ha convertido en un profesor de prestigio, en un guía confiable para la nueva generación de estudiantes de la Carrera de Comunicación Social. ¡Carajo, que viejo me siento!

Roberto Fonseca López llegó a *Barricada* en julio de 1985 precedido por una presea literaria. Dos años antes había ganado un concurso en la rama de cuentos. El galardón no le convertía en un escritor consagrado. Cuando pidió su traslado a *Barricada* a los miembros de la Juventud Sandinista, lo hizo convencido de que jamás sería un político astuto como esos que pululan por los vericuetos de las ciudadelas del poder de la politiquería criolla. Su mayor deseo era ser periodista. Celeque, un poco tembloroso, comenzó escribir sus primeras croniquillas que Arqueles Morales se encargaba de pulir. Después de cubrir el área de educación y el



sector juvenil del sandinismo, pasó a formar parte de los *Corresponsales de Guerra* junto a Guillermo Cortés y Juan Ramón Huerta. Cinco días antes que el huracán Juana arremetiera contra Bluefields se estacionó en esa región del caribe. Su experiencia le permitió escribir el libro *El ojo maldito* en coautoría con Guillermo Cortés. Luego pasó a Editor *De Todo un poco*. Esto significó su ascenso meteórico, primero como Editor-ayudante y luego como Editor General de *Barricada*. Posteriormente pasó a formar parte de su Consejo Editorial. Un poco antes de renunciar a *Barricada* en octubre de 1994, ocupó interinamente la subdirección del periódico. La debacle de *Barricada* le permitió iniciar estudios de periodismo en la Universidad Internacional de la Florida. A su regreso al país en 1995 fue llamado a hacerse cargo de la edición del *Semanario 7 Días*. En julio de 1996 Carlos Fernando Chamorro le confió la edición del *Semanario Confidencial* y en febrero de 1999 Jaime Chamorro Cardenal se lo llevó a *La Prensa* como Jefe de Redacción, entregándole además la jefatura de los suplementos del periódico,

así como también la responsabilidad de la edición electrónica de *La Prensa*. En mayo de 1997 ganó el primer lugar en mejor reportaje en prensa escrita, durante el quinto certamen de PROCEPER y la Universidad Internacional de la Florida.

El conjunto de cualidades enunciadas, convierte en acreedores de un reconocimiento especial, a cada una de estas personalidades. En la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UCA hemos querido que todos recibieran la distinción el 23 de septiembre de 1999, día en que Pedro Joaquín Chamorro Cardenal vino al mundo, circunstancia que aprovechamos para rendir también un homenaje al diario *La Prensa*, tribuna desde la cual alzó su voz y ofrendó su vida por conquistar las libertades públicas y la dignificación de los nicaragüenses. Este acto constituye un tributo de los discípulos al maestro de toda una vida. Nuestras sinceras felicitaciones a todos por las distinciones recibidas.

Pedro Joaquín, periodista y narrador

La censura de prensa (Diciembre, 1974) precipitó a que Pedro Joaquín Chamorro Cardenal, se convirtiera pronto, en un narrador de tiempo completo.

Impuesto el bozal, su tiempo de escritor oficioso tenía que consumirlo en una tarea similar. Casi axiomático, todo buen periodista deviene en un gran escritor, o a la inversa, innumerables son los casos de escritores que han tenido que hacer periodismo. Esta ha sido la regla en Hispanoamérica y en otros continentes. García Márquez pasó de redactor a novelista consumado, como Vargas Llosa de editorialista a magistral novelista.

Antes, mucho antes, Vallejos lo había hecho y Darío también. Hemingway lo hizo en los Estados Unidos y Maulraux en Francia. Así como Luis Alberto Cabrales y Pablo Antonio Cuadra en Nicaragua lo hacen también.

Con tales antecedentes, no debe extrañarnos que Pedro Joaquín Chamorro haya escrito dos novelas *Jesús Marchena* (1975), *Richter 7* (1976) y un libro de cuentos, *El enigma de las alemanas*



Pedro Joaquín Chamorro Cardenal y Guillermo Rothschild Villanueva

(1977), Premio Literario *Día de la hispanidad*, Guatemala 12 de octubre de 1977.

En Pedro Joaquín hubo una variante. En su caso primeramente se dio el novelista y hasta después el cuentista invirtiendo sustancialmente el proceso a través del cual han surgido en la narrativa nacional e internacional, la casi totalidad de los escritores.

Charles Chaplin apunta en sus memorias que se convirtió en comediante casi por accidente, así la accidentada política nacional convirtió a Pedro Joaquín en nuestro novelista contemporáneo.

Escritor comprometido, ante la situación impuesta tenía que buscar otros cauces, nuevos instrumentos para proseguir la línea que firmemente se había trazado en el campo del periodismo. La temática siguió siendo la misma. El mismo contenido vertido en una nueva forma literaria, más rica e igualmente expresiva.

En *Jesús Marchena* recoge el habla nicaragüense. Incorpora nuestro auténtico lenguaje -formas y expresiones- para demostrarnos lo auténticamente nicaragüense que era, en contraposición a la figura del presidente Anastasio Somoza Debayle. Isn't it?

En *Richter 7* el novelista comienza a mostrarse plenamente, haciendo acopio de mayores recursos estilísticos. Su lectura a veces recuerda *La muerte de Artemio Cruz* (1962) del chingado Fuentes o la oculta transparencia de Rulfo, en *Pedro Páramo* (1955). El monólogo interior, el uso del tiempo, las interpolaciones, son manejados con seguridad y maestría. Fiel a su motivación de escritor, el trasfondo de la novela sigue siendo la tragedia de los nicaragüenses: más la social que la telúrica.

Su nuevo trajinar lo llevo a alcanzar un sitio honroso dentro de la literatura nacional. Una de las primeras valoraciones de su obra así lo testimonia. A juicio de Jorge Eduardo Arellano, nuestro mejor investigador literario, Pedro Joaquín Chamorro logró con *Jesús Marchena* y *Richter 7*, "convertirse en el más importante novelista nicaragüense de los últimos años" (Panorama de la literatura nicaragüense, tercera edición, resumida y aumentada, 1977. La novela y sus etapas, pág. 117).

El libro de cuentos *El enigma de las alemanas*, como las otras dos novelas, pudimos leerlo antes de que lo enviara al concurso en Guatemala, y ya galardonado fuera remitido a la imprenta para su publicación. Juntamente con mi padre y mi hermano Jorge Eliécer, coincidimos desde entonces en predecir que *El enigma de las alemanas* tenía garantizado un futuro en la literatura nacional. Posee todos los atributos que lo convierten en una pieza antologizable.

Con *El enigma...* Pedro Joaquín ratifica su vocación y su carácter de escritor. Hiperbólico y mordaz, revela una pronta asimilación del estilo Garciamarquiano, es decir, del mejor narrador de habla hispana. Esto es así porque en todo escritor se siente la presencia, muestra las huellas, el magisterio de un gran preceptor. Si no veámoslo. García Márquez, en *El otoño del Patriarca*, (1975), trasuda la influencia del paisano inevitable el nicaragüense don Rubén Darío. ¿No es verdad Sergio?

La Prensa, un diario en la vida del país

I

Pocas instituciones en la historia nacional pueden celebrar exitosamente 75 años de existencia. El arraigo y permanencia históricas de *La Prensa* a través de 75 años lo convierten en un medio de comunicación paradigmático en la vida nacional. Ninguna empresa periodística, estación de radio o televisión ha logrado llegar a los 75 años de existencia en nuestro país, mucho menos con la vitalidad y la energía que muestra *La Prensa* al despuntar este nuevo siglo.

La Facultad de Ciencias de la Comunicación ha creído oportuno celebrar esta hazaña periodística en la que se resumen tres hechos singulares que le confieren un carácter especial: En primer término dos de sus directores lograron permanecer al frente de esta empresa durante un lapso de 48 años. El doctor Pedro Joaquín Chamorro Zelaya, que relevó en la dirección del periódico a Adolfo Ortega Díaz, permaneció en su jefatura desde 1930 hasta 1952, fecha

de su muerte. Es decir, se mantuvo como director del periódico durante un lapso de 22 años.

Colocaríamos el relevo magistral y el redimensionamiento que confiere al periódico la asunción de su nuevo director, el doctor Pedro Joaquín Chamorro Cardenal, en un segundo plano. Introduciendo cambios y modificaciones sustantivas, revitalizando al diario, sorteando escollos y dificultades, pero imponiendo un liderazgo indiscutible, convirtió a *La Prensa* en el primer órgano forjador de una auténtica y plena opinión pública nacional. Pedro Joaquín Chamorro Cardenal hizo de *La Prensa* lo que desde un principio se fijó: una auténtica república de papel. Siguiendo la trayectoria de su padre, Pedro se mantuvo al frente del periódico durante 26 años, desde 1952 hasta la fecha de su asesinato el 10 de enero de 1978. Si contabilizamos los periodos de ambos directores, encontramos que el 64 por ciento de la trayectoria de vida del diario *La Prensa* permaneció bajo el pulso firme y sereno de dos de sus miembros más connotados.

En tercer lugar conviene subrayar uno de los aspectos que le confieren a *La Prensa* una característica especialísima: el hecho de que tres mujeres en circunstancias adversas se hayan hecho cargo de dirigir y de imprimir su sello a este medio de comunicación. Con la muerte del general Anastasio Somoza García en septiembre de 1956, el somocismo trató de ahogar a *La Prensa*, enviando a la cárcel a sus directores, Pedro Joaquín Chamorro Cardenal y Pablo Antonio Cuadra. Para hacer frente a la adversidad, en esa ocasión le correspondió salir al frente a doña Margarita Cardenal viuda de Chamorro. Con una gran resolución se hizo cargo del periódico para evitar la pretensión somocista de sacar de circulación para siempre al diario *La Prensa*. Desde entonces hasta su fallecimiento, doña Margarita se convirtió en una figura emblemática que supo imprimir al periódico un estilo peculiar, en el cual las mujeres

pasarian después a jugar un papel relevante, de primerísima importancia.

En un segundo momento, en octubre de 1987, estando al frente de *La Prensa* el poeta Pablo Antonio Cuadra, asumieron la dirección y la subdirección del periódico Violeta Barrios de Chamorro y Cristiana Chamorro Barrios. Doña Violeta permanecería como firme puntal hasta 1989, cuando asumió de manera directa la Dirección General del diario *La Prensa*. Pablo Antonio Cuadra y Cristiana Chamorro pasaron a ejercer los cargos de directores de este medio de comunicación. Cristiana permanecería hasta 1991 ejerciendo esta delicada función, en una época preñada de aguda contradicciones políticas y militares.

Pero existe otro acontecimiento singular que imprime a *La Prensa* ese carácter especial con que ha sido definida tanto interna como externamente del país. Los tres hijos del doctor Pedro Joaquín Chamorro Zelaya en relevos sucesivos ocuparían la dirección del diario fundado en 1926 por Gabri Rivas, Enrique y Pedro Belli. El primero en ejercer un liderazgo peculiar, controversial, impregnado de un especial dinamismo, que llevó a colocarlo como una figura cimera en el horizonte periodístico nacional, fue Pedro Joaquín Chamorro Cardenal, quién aún antes de asumir la dirección del periódico en 1952, ya ejercía, gracias al apoyo y empuje de su padre, tareas que lo ligaban directamente con la dirección del periódico.

Con el asesinato a mansalva de Pedro Joaquín Chamorro Cardenal le correspondería asumir la conducción del diario a Xavier Chamorro Cardenal. En la más delicada de las situaciones, el ingeniero Xavier Chamorro Cardenal, compañero de fórmula de Pedro Joaquín como subdirector del periódico desde 1957, permanecería como director de *La Prensa* hasta abril de 1980 junto con Pablo Antonio Cuadra, y con Danilo Aguirre Solís ejerciendo

el cargo de Sub-Director. Este trío de profesionales dio continuidad y vigencia a la trayectoria fijada por su Director-Mártir en una coyuntura crítica, cuando su más cabeza más visible caía asesinado por pistoleros a sueldo. Ante la imposibilidad de halagar y conquistar a la figura de Pedro a través del manido recurso del pacto político, mecanismo inveterado al que había acostumbrado echar mano el somocismo para permanecer en el poder, no le quedó otra alternativa que recurrir a su eliminación física.

Asumiría la dirección del periódico junto con Pablo Antonio Cuadra, en un relevo posterior, quien hasta hoy permanece al frente del mismo: el ingeniero Jaime Chamorro Cardenal, abocado a un proceso de transformaciones y de modernización del diario de mayor vigencia histórica del país.

Un papel relevante también les correspondió jugar en distintos momentos a Pedro Joaquín Chamorro Barrios desde el cargo de Codirector y Jefe de Suplementos del diario *La Prensa*, a Horacio Ruiz como Director Ejecutivo y al licenciado Pedro Javier Solís Cuadra como Subdirector Ejecutivo de un periódico que cuenta ahora como sus timoneles más sobresalientes a Jaime Chamorro Cardenal en el cargo de Director y a David Hume como segundo de abordo.

Todo este conjunto de hechos sumados al contexto histórico político nacional en que se ha desarrollado la vida del periódico, sitúan a *La Prensa* como un medio emblemático, sin parangón alguno en el resto del área centroamericana.

II

La Prensa nació en un momento histórico muy especial. Surgió cuando todavía Adolfo Díaz, luego del *Lomazo* de Emiliano Chamorro, permanecía en el poder. Entonces las características fundamentales del quehacer de los medios impresos en Nicaragua estaban definidas por su carácter liberal o conservador. *La Prensa* nace vinculada a los intereses del conservatismo nicaragüense. La mayoría de los periódicos de entonces, con la clara excepción de *La Noticia*, funcionaban como auténticos órganos de propaganda política partidaria, haciendo proselitismo político a favor de liberales o conservadores. Su duración quedaba reducida la mayoría de las veces, al término de la campaña electoral de los candidatos que aspiraban a cargos presidenciales, senatoriales o diputadiles.

La Prensa alza vuelo en la ante víspera de la *Guerra Constitucionalista*, luego de la auto proclamación presidencial de Juan Bautista Sacasa en diciembre de 1926. Ya en enero de 1927 *La Prensa* tendrá que dar cuenta del desembarco de la marinería norteamericana en Corinto, que nuevamente regresa al país a solicitud de Adolfo Díaz. El mismo Adolfo Díaz, el clásico pro-intervencionista por antonomasia, que los había hecho venir en 1912, al estallar la *Guerra de Mena*. Las fuerzas interventoras regresan 17 meses después de haber desocupado el país. Se habían marchado apenas el 3 de agosto de 1925.

En un acompañamiento dialéctico, *La Prensa* dará cuenta de los acontecimientos históricos de mayor relevancia nacional, sobre los que tratará de incidir. *La Prensa* ratifica el axioma de que los medios y los periodistas quedan y los políticos pasan. Esta es una verdad tan evidente que ni siquiera el somocismo, quien desgobernó

al país durante 45 años y se ensañó con *La Prensa* a través de la censura, el acoso, los cierres intempestivos, el confinamiento, la cárcel y el exilio de su personal dirigente, pudo sobrevivirle. A pesar de todas estas vicisitudes *La Prensa* logró remontar las más duras y adversas circunstancias. Esta es una de sus características más relevantes durante estos 75 años de vida.

El periódico daría cuenta de la guerra antiimperialista librada por Sandino entre 1927 y 1933, reseñaría el convenio libero-conservador sobre el pretendido apartidismo de la Guardia Nacional suscrito por Adolfo Díaz y Emiliano Chamorro por los conservadores y Juan Bautista Sacasa y Rodolfo Espinoza, por los liberales, teniendo como testigo de honor a Mister Matthew E. Hanna, enviado Extraordinario y Ministro Plenipotenciario del gobierno de los Estados Unidos de América en Nicaragua. *La Prensa* dio cuenta del asesinato del héroe el 21 de febrero de 1934. Tuvo que convertirse en testigo irrefutable del ascenso tortuoso del somocismo al poder a través de la celebración de los pactos entre los partidos históricos -liberales y conservadores- el 1 de mayo de 1936. *La Prensa* siguió paso a paso la persecución insidiosa a que sometió Somoza, ese mismo año, las candidaturas de Leonardo Arguello y Rodolfo Espinoza.

La Prensa dio cuenta de la renuncia del presidente Juan Bautista Sacasa en junio de 1936 y registró el interinato presidencial de Carlos Brenes y Jarquín.

Al cumplir la primera década de su fundación, *La Prensa* alude la ascensión tramposa del somocismo al poder. El General Anastasio Somoza García, resultó triunfador durante las elecciones de 1936 y asumió el cargo de Presidente de la República, el 1 de enero de 1937. *La Prensa* comienza progresivamente a convertirse en la atalaya que permite a los nicaragüenses dirigir su mirada hacia los

distintos escenarios en que se desarrolla la vida política nacional. Recoge entre los hechos más sobresalientes de 1939 la promulgación de la nueva constitución política y la nueva elección de Somoza García el 30 de marzo de 1939 por la Asamblea Constituyente, que estira su mandato sin interrupción durante diez años consecutivos.

En un contexto cifrado por la corruptela, el cierre de los espacios políticos, la intolerancia, la falta de participación de otras fuerzas que no fuesen aquellas con las que el somocismo había convenido de antemano seguir la práctica de una política prebendaria, *La Prensa* continuará reflejando en sus páginas todo cuanto acontece en la vida política nacional. Luego reseñará los pactos Cuadra Pasos-Somoza de 1948, pero sobre todo y de manera muy especial, el *Pacto de los Generales* en abril de 1950, entre Emiliano Chamorro y Anastasio Somoza García.

En *La Prensa* quedaron grabadas para siempre las memorables jornadas estudiantiles de 1944 y el abrupto rompimiento del liberalismo nacionalista que dio origen al Partido Liberal Independiente en ese mismo año.

A través de *La Prensa*, uno puede seguir con precisión cronométrica, los sucesos de abril de 1954 y los asesinatos a mansalva, entre otros, de Adolfo y Luis Felipe Báez Bone, hermanos de mi entrañable Fulgencio Báez Lacayo, para conocer a fondo la forma implacable con que el somocismo confrontaba a sus adversarios.

Para enterarse de la naturaleza y el carácter de estos enfrentamientos políticos-ideológicos basta asomarse a las páginas del diario de la familia Somoza, *Novedades*, fundada en junio de 1937, a solo seis meses después de haber asumido la banda presidencial el fundador de la dinastía. La confrontación entre ambos

medios se tornará más evidente y violenta durante la década de los sesenta en adelante. *Novedades* dejaría de existir con el triunfo de la revolución sandinista en julio de 1979.

A *La Prensa* se debe el mote de *Kupia Kumi* (1971) con que se conoce el pacto Somoza - Agüero. Mis pupilas todavía retienen la ingeniosa caricatura elaborada por Alberto Mora Olivares (AMO) en la primera página del periódico, dando rienda suelta a su humor irreductible. Mofándose del pacto. Agüero y Somoza en un solo mohín. Nadie como Pedro Joaquín Chamorro Cardenal se opuso y fustigó este entendimiento político que le cerró las puertas a otras opciones partidarias en el país. *La Prensa* siguió de cerca el traspaso de gobierno de Violeta de Chamorro, el Protocolo de Transición (1990) y la Reforma Parcial de la Constitución Política de 1995. Así como también el nuevo entendimiento entre liberales y sandinistas, que culminó con los pactos de enero del 2000.

Todo este conjunto de acontecimientos hace que *La Prensa* resuma la historia de los últimos 75 años de nuestra vida nacional. Es historia y ha hecho historia. Para pulsar a fondo cada uno de estos eventos se hace necesario revisar su trayectoria, abrir sus páginas y seguir con detenimiento cada una de las circunstancias abordadas en cada una de sus ediciones a lo largo de los últimos tres tercios del siglo que acaba de finalizar.

Pero es a través de los propios golpes y contragolpes que recibe, ya sea de carácter telúrico o político, que *La Prensa* seguirá ocupando un lugar en el imaginario nacional. Si en 1931 fue el terremoto quien causó su destrucción, en septiembre de 1956, con el ajusticiamiento de Somoza García por parte del poeta Rigoberto López Pérez, sufrirá sobre su cuerpo lacerado la nueva embestida somocista. En 1972 el terremoto que destruyó Managua asoló las instalaciones del diario *La Prensa* sobre la Calle El Triunfo. Y en

1974, después del asalto a la casa del doctor José María Castillo Quant sufrirá de manera procáz y descarada la censura militar durante tres años consecutivos, hasta septiembre de 1977.

En 1978, un año antes que la aviación somocista destruyera sus instalaciones sobre la Carretera Norte, asesinaron a su director, el doctor Pedro Joaquín Chamorro Cardenal, acontecimiento que se convirtió en la fuerza catalizadora que desencadenó y multiplicó las energías de un pueblo que sostenía una guerra abierta y sin cuartel contra el somocismo, bajo la conducción sandinista. *La Prensa* selló su compromiso con el pueblo nicaragüense al mas alto de los precios: con el asesinato de su figura más relevante, el ineludible, terco, incorruptible y beligerante Pedro Joaquín Chamorro Cardenal, y con la política de tierra arrasada practicada por el somocismo en sus propias instalaciones en la Carretera Norte, el 11 de junio de 1979.

Son estos hechos los que otorgan a *La Prensa* una configuración *sui-generis*. Su historia ha sido una historia de lucha, de enfrentamientos, de triunfos y reveses, de logros y desencantos, pero teniendo siempre presente como objetivo prominente, la ampliación de los espacios de libertad conquistados.

III

No se puede hablar con propiedad de la historia de la libertad de expresión en Nicaragua si no se hace una referencia directa a la historia particular de *La Prensa*. En la década de los ochenta y en las circunstancias especiales en que se desarrolló la vida del país,

bajo el asedio implacable de una guerra de agresión, *La Prensa* también sufrió los rigores de la censura y el cierre indefinido. En su distanciamiento y en su rechazo a las políticas impulsadas por la revolución, podemos encontrar elementos explicativos que nos permitan comprender de alguna forma, las contradicciones, los roces y forcejeos que tomaron irreconciliables las relaciones entre *La Prensa* y el sandinismo. Para unos se trataba de una política obcecada, autoritaria y excluyente, y para los otros, de la presencia de una potencia extranjera queriendo asfixiar el proyecto revolucionario. Cualquiera que fuesen las circunstancias *La Prensa* fue objeto de golpes y contragolpes políticos y financieros.

Durante la década de los noventa *La Prensa* ha iniciado una nueva etapa. Tal vez la herencia política más importante de la gestión de gobierno de doña Violeta Barrios de Chamorro haya sido el otorgamiento de una libertad de expresión sin límite alguno. Esta circunstancia ha permitido el crecimiento y el desarrollo de la lucha política nacional en otro contexto y sin las limitaciones y temores que imponía la existencia de leyes restrictivas, que no eran más que una coartada para evitar el debate pleno y en voz alta de los problemas mas acuciantes del país.

Con el clima de libertades abierto por la presidente Chamorro y con el ascenso al poder de un Partido Liberal, se esperaba que la libertad de expresión en Nicaragua continuara profundizándose. Se tenía la confianza de que al finalizar el siglo por primera vez en la historia contemporánea de Nicaragua las acechanzas, los asedios, y la guillotina financiera dejarían de ser norma de los gobiernos de turno para contrarrestar la crítica proveniente desde diversos medios de comunicación. Sin embargo, la forma en que ha conducido su relación con los medios el gobierno del doctor Alemán, ha sido todo lo contrario. *La Prensa* ha vuelto a ser víctima de una cultura política en la que la relación gobierno-medios de comunicación ha

estado lejos de ser respetuosa y tolerante. La tentación de recurrir al torniquete fiscal y a la descalificación, como en otras oportunidades, ha sido un recurso permanente del actual gobierno en contra del diario *La Prensa* y de otros medios de comunicación.

En las nuevas circunstancias por las que transcurre la vida nacional *La Prensa* ha buscado como mantenerse -pese a tendencias en contrario- como un periódico familiar que busca a todo trance quitarse de encima el lastre de la partidización para tratar de ejercer un periodismo independiente ubicado más allá de la practica recurrente que ha caracterizado al periodismo nacional: un periodismo esencialmente de oposición. Los esfuerzos para trascender este esquema periodístico, aunque visibles, todavía son incompletos.

Sin embargo, *La Prensa* continúa batallando por superar los rígidos esquemas politiqueros que aparecen impresos como marca de fabrica en diferentes medios de comunicación del país. Al arribar a sus 75 años de existencia y en medio de un proceso electoral que algunos partidos políticos han pretendido polarizar, a *La Prensa* se le presenta una formidable oportunidad histórica por instaurar una nueva práctica periodística. Para quienes viven de cerca el proceso de modernización del periódico, resulta atrayente el grado de independencia, tacto, sentido de objetividad, autonomía y distanciamiento crítico, que *La Prensa* pretende imprimir a la cobertura de las elecciones nacionales. Un medio de comunicación muestra su mayoría de edad cuando en medio de las tempestades y más agudas contradicciones, logra conducir su política informativa y editorial más allá de la gula y del petito desmedido de ciertos actores que tratan, bajo distintas formas o modalidades, de reconducir su política en su propio beneficio.

Un salto como este colocaría a *La Prensa* en las puertas del Siglo XXI. Los nicaragüenses no podemos esperar menos de ella. Cualquier compromiso político, por muy ligero que parezca, retardaría la modernización y el profesionalismo al que se encuentra abocada. Confiamos en que sabrá redefinir, reestructurar y reorientar sus rutinas y pautas de trabajo en función de una nueva Nicaragua, partiendo de la premisa de que la democratización del país pasa, invariablemente, por las muestras de maduración y democratización que sean capaces de expresar los distintos medios de comunicación. *La Prensa* tiene la ocasión y vive el momento oportuno para ser la gestora y propiciadora de un auténtico pluralismo político nacional.

IV

Tratando de reposicionarse ante sus lectores, *La Prensa* está realizando enormes esfuerzos por tratar de convertirse en un auténtico medio de comunicación que trascienda el oposicionismo a ultranza para pasar a transformarse en un medio de comunicación capaz de tomar distancia de los diferentes poderes. En esta dirección están comprometiendo recursos y canalizando energías, su Director Jaime Chamorro y su Gerente General, Hugo Hollmann Chamorro, así como el resto de su equipo-periodístico.

En Nicaragua hasta ahora la práctica dominante dentro de un esquema gobierno-oposición, lo más fácil ha sido, como lo advirtiera hace algún tiempo Danilo Aguirre Solís, la práctica de un periodismo oposicionista. El periodismo investigativo esta en pañales. *La Prensa* ha logrado crear una unidad especializada de investigación. Nos regocijamos que jóvenes profesionales formados en esta Facultad

de Comunicación hayan sido incorporados como miembros de este equipo, me refiero a Eduardo Marengo y ahora a José Adán Silva, Jorge Loásiga y Karla Marengo, quienes laboran bajo la conducción de Roberto Fonseca. También nos agrada destacar que otros profesionales graduados en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, como Fabián Medina y Freddy Potoy, Nohelia González y Edgar Rodríguez, Josefa Gómez y Arquímedes González, Guadalupe Espinoza y Martha Leonor González, hayan alcanzado en *La Prensa* una posición desde la cual están en capacidad de incidir en la estructuración de una agenda cada vez más propositiva.

Para que la unidad de investigación produzca mejores resultados y los temas abordados gocen del beneplácito total de los nicaragüenses, hace falta que se abra sin prejuicio al abordaje y tratamiento de diversos asuntos y no permanezca atada a coyunturas muy específicas. Una revisión exhaustiva de los asuntos hasta ahora abordados, demuestra que los temas dominantes recaen sobre nuestro pasado político inmediato. La constatación de esta realidad debería imprimir un sesgo distinto a la unidad de investigación, como una manera de introducir nuevas prácticas y rutinas periodísticas. Señalar nuevos caminos. Abrir otros derroteros y ampliar la temática abordada. No se trata de olvidar la historia sino de superarla a través de una recreación menos prejuiciosa y coyunturalista.

Para evitar traspiés innecesarios, en un momento en que *La Prensa* cuenta con todos los recursos para superar la pobretona e irritante fórmula del periodismo opositor, debe prevenir dos grandes escollos o dos enormes peligros: primero, alejarse de los compromisos políticos partidarios de una manera explícita, visible, tangible. Su imparcialidad debe ser manifiesta. Abrir decididamente la crítica de todos los sectores político-ideológicos sin restricciones de ninguna naturaleza y practicar sanamente un periodismo

democrático que abra sus páginas a todas las corrientes de opinión existentes en el país. Segundo, evitar compromisos empresariales que le resten fuerza y vigor a sus políticas informativas y editoriales.

Ante estas dos evidentes tentaciones, conviene que sea el propio Pedro Joaquín Chamorro Cardenal quien haga uso de la palabra. Durante la celebración del 50 Aniversario de *La Prensa* en la Cuesta Country Club, en marzo de 1976, cuando yo formaba parte de esta familia periodística, su Director-Mártir hizo tres prevenciones que no obstante el tiempo transcurrido, o tal vez por ello, continúan teniendo una permanente actualidad. Con esa lucidez característica, Pedro Joaquín Chamorro advertía:

La Prensa es una república de papel: “*La Prensa* que se hace como república para establecer el ideal de la república que debería hacerse en este país”.

La historia empresarial de La Prensa: “*La Prensa* es una empresa próspera...*La Prensa* es una empresa independiente y eso es lo que hace que pueda proyectarse con verdad y con libertad en todos los ámbitos. *La Prensa* ni depende ni está mezclada como empresa con todos los consorcios financieros que existen en este país. Si ustedes quieren hemos deseado mantener una isla, una isla no contaminada de monopolio, no contaminada de presiones, no contaminada de usura”.

Y por último reiteraba la necesidad de una práctica genuina del pluralismo político: “*La Prensa* ha sido un diario con una intención pluralista, lo cual como pueden saber bien, quiere decir, permitir un diálogo con las distintas corrientes ideológicas, y además de pluralista inclinar, y esa es la línea definitiva de *La Prensa*, al progreso, al mejoramiento de las mayorías marginadas de Nicaragua”.

Nunca como ahora el pensamiento de Pedro Joaquín Chamorro Cardenal adquiere nuevos brillos, otras resonancias y un nuevo significado: hacer de *La Prensa*, por su independencia y autonomía, una empresa que no sucumba a los dictados de algunos partidos ni a los mandatos de los grandes empresarios, en una época en que los grandes consorcios continúan engulléndose a diferentes medios o empresas informativas que todavía permanecen en manos de ciertas familias, como lo sigue siendo este prestigioso periódico, símbolo de la libertad de expresión en Nicaragua.

Esas son nuestras expectativas. Pensamos que estos 75 años deberían de servir como proscenio para un auténtico y genuino reencuentro de esa gran familia que es *La Prensa*. Una verdadera reconciliación entre sus miembros, sería el mejor mensaje que podría enviar este medio de comunicación a un país en donde todavía las heridas y las desavenencias no han podido ser eliminadas como reminiscencias retardatarias de una legítima reconciliación nacional. Nadie en Nicaragua espera menos de *La Prensa*. Después de haber batallado con hidalguía y sin concesiones durante sus 75 años de vida, *La Prensa* esta en capacidad de enviar nuevas señales positivas de entendimiento nacional, a partir de su propia práctica. Si una de sus constantes luchas ha sido la de lograr la unidad de la familia nicaragüense, hay que aprovechar este 75 aniversario para lograr también la unidad de todos sus miembros. Nadie mejor que ellos mismos —sin intromisiones extrañas— para conseguir este objetivo.

La Prensa debe sentirse satisfecha por la importante labor desplegada a través de estos 75 años y por el hecho de haberse convertido en un referente inobjetable de todo el acontecer nacional. La Facultad de Ciencias de la Comunicación hace suya esta celebración.

END: Veinte años de historia nacional

*A Chepe Chico Borgen,
In memoriam*

La necesidad y el compromiso asumido con Nicaragua de formar profesionales con las más altas credenciales, determinan el carácter y la naturaleza del trabajo académico desplegado por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Centroamericana. A principios de los ochenta, cuando realizaba mis estudios de posgrado en México, me impuse entre otras obligaciones profesionales, realizar un análisis pormenorizado sobre las formas en que estaban estructurados los planes y programas de estudios de las distintas escuelas de periodismo existentes en América Latina.

El desarrollo exponencial que experimentaba la comunicación, provocaba nuevos espasmos y agudos estertores. El subcontinente vivía con celeridad pasmosa una efervescente época de cambios. Una nueva moda invadía al mundo. Las Escuelas de Periodismo entraban en un franco proceso de revisión y se transformaban, bajo

el empuje impetuoso de las nuevas tecnologías, en Escuelas de Comunicación. Al despuntar los noventa, llamado por los jesuitas a la decanatura de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UCA, como resultado del análisis anterior, una de los primeros cambios impulsados, fue equilibrar la práctica con la teoría. También hacía falta que los jóvenes universitarios mostraran con claridad, que asumían como parte de sus retos, la investigación y análisis del desarrollo de la comunicación en Nicaragua.

Consecuentes con estas premisas, parte de nuestro esfuerzo académico durante estos diez años, se ha concentrado en la realización de tesis monográficas, cuyo objetivo fundamental ha consistido en sistematizar distintas experiencias profesionales ocurridas en el campo de la comunicación en Nicaragua. Para acortar plazos, delineamos nuestra propia política de investigación y definimos con certeza los temas que debían ser objeto de atención preferente de parte de los estudiantes universitarios de comunicación social. Sentimos la necesidad de conocer los caminos por los que ha transitado la comunicación nicaragüense durante los últimos veinticinco años. La investigación realizada por Roberto Clemente Collado, Francisco de Jesús Cárdenas y Rosario Dávila, *El Nuevo Diario: 20 años de política editorial*, conducida por el profesor Alfonso Malespín Jirón, se inscribe dentro de este campo de preocupaciones puntuales.

Diez años atrás, en Nicaragua una revolución triunfante era contenida bajo el asedio implacable de los Estados Unidos. Su sobrevivencia y consolidación imponía la necesidad de su defensa en todos los órdenes. Concluida la luna de miel entre los distintos actores en el campo de la comunicación, en octubre de 1979, aparecieron las primeras fisuras y confrontamientos abiertamente encaminados a desestabilizar el proyecto revolucionario. El país comenzaba a partirse en dos. La *Sociedad Interamericana de Prensa*

(SIP), nacida bajo los apremios de la guerra fría, se sumaba a la guerra caliente emprendida contra Nicaragua. La Escuela de Periodismo, fundada veinte años atrás (1960), entraba en un proceso acelerado de modificación de sus planes y programas de estudios, con la intención de adecuarlos a las nuevas circunstancias por las que transitaba la vida del país.

En el diario *La Prensa* se dividían los afectos y los desafectos. Como resultado de la creciente polarización el periódico terminó partiéndose en dos. Algunos periodistas quisieron contener y limitar las críticas y cuestionamientos político-ideológicos emprendidos contra la revolución sandinista. La crisis alcanzó en abril cotas inesperadas y como desenlace fatal, se produjo una ruptura irreversible en el seno de *La Prensa*. Más de la mitad de su personal abandonó el periódico para irse a fundar *El Nuevo Diario*. Bajo estos signos apareció en la vida nacional, el 19 de mayo de 1980, un nuevo medio impreso, cuya lema sintetizaba las aspiraciones de la inmensa mayoría de los nicaragüenses: *Un periodismo nuevo para el hombre nuevo*.

Veinte años después de ocurridos aquellos acontecimientos que estremecieron al país, cuando algunos agoreros daban escasos años de vida al periódico, asistimos a la celebración del vigésimo aniversario de fundación de *El Nuevo Diario*. Los principales dirigentes de aquellas jornadas son los mismos. Al frente del periódico continúan Xavier Chamorro Cardenal y Danilo Aguirre Solís. Pero sus políticas y rutinas han cambiado. El periódico ha vivido diferentes etapas, cada una marcada por el distanciamiento crítico frente a las distintas fuerzas políticas partidarias. A la vieja generación del periodismo nacional que dio vida a este proyecto de comunicación social, han venido sumándose jóvenes salidos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, que constituyen el vínculo honroso y el relevo generacional de aquellos periodistas que acerraron

su pluma y ratificaron su compromiso con Nicaragua, al lado de Pedro Joaquín Chamorro Cardenal.

Marcado en su nacimiento por su vinculación sanguínea con el sandinismo, los sismos posteriores que han sacudido a la sociedad nicaragüense, han conducido a *El Nuevo Diario* por nuevos derroteros. Sólo basta asomarse a sus páginas, para seguir paso a paso, los caminos desandados por el país a través de los últimos veinte años. Las subidas y bajadas de nuestra historia se encuentran dibujadas en cada una de sus páginas. Una historia traumática, irritante, llena de jornadas memorables, plagada de muertes, cargada de sueños y esperanzas, plena de encuentros y desencuentros. Si deseamos saber cómo hemos sido los nicaragüenses y cómo nos hemos comportado como país durante los últimos veinte años, nada mejor que asomarnos de nuevo sobre las páginas de *El Nuevo Diario*, para no continuar incurriendo cada cierto tiempo, en nuestros errores de siempre.

La celebración de estos veinte años, invitan a la reflexión y convocan al análisis. Para gardeleanos declarados como Xavier Chamorro Cardenal y Danilo Aguirre Solís, los veinte años de *El Nuevo Diario* tienen un significado emblemático, totalmente simbólico. La criatura alcanzó su mayoría de edad y es necesario pasar revista sobre su presente y futuro inmediatos, para detectar fortalezas, aciertos, debilidades, peligros y oportunidades. El periódico vive un momento de inflexión. Los desafíos y retos que impone la Nicaragua de hoy, deben ser asumidos por *El Nuevo Diario* con una clara conciencia de la necesidad de su expansión y desarrollo, en un país en donde los medios de comunicación han asumido, como ninguna otra institución, la defensa y promoción de los derechos que asisten a cada uno de los nicaragüenses.

Cuando se establece una preferencia y se genera cierta credibilidad hacia un medio de comunicación social, surgen lealtades y complicidades entre los lectores, que como resultado de esta realidad, esperan y exigen cada vez más del medio de comunicación con el que han tendido un puente de afecto y de confianza. Veinte años después, los nicaragüenses esperan cada vez más de *El Nuevo Diario*. La conmemoración de su veinte aniversario, debe traducirse en la reiteración de su compromiso indeclinable con Nicaragua y con los nicaragüenses. La investigación emprendida por los estudiantes universitarios Collado, Cárdenas y Dávila, debe servirles como punto de partida, sobre todo ahora que despegan hacia una nueva etapa, en donde la reflexión sobre como ser mejores cada día, constituye una necesidad insoslayable y forma parte también de las esperanzas y el deseo expreso de cada uno de sus lectores.

Atlantic-News

La apertura de *Atlantic-News* causa regocijo entre quienes estamos convencidos de los grandes aportes que están llamados a realizar los medios de comunicación en la gestación y desarrollo de una nueva cultura política en Nicaragua. La fundación de este semanario cobra un nuevo sentido y una dimensión más amplia. Surge como una iniciativa encaminada a tender un puente permanente de comunicación entre la Costa Caribe nicaragüense y el resto del país.

El sentido y trascendencia de *Atlantic News* está determinado por aparecer en un momento en el que se hacía necesario poner en perspectiva y de cara a la nación, las prioridades más urgentes y las necesidades más apremiantes de una región, con una especificidad propia, muy propia, cuya jerarquización es dictada por la propia realidad en la que están inmersos los diversos actores involucrados en la transformación y desarrollo de la Costa Caribe nicaragüense.

Con una rica diversidad cultural, una multiplicidad étnica y una pluralidad lingüística, hacía falta contar con un medio impreso que recreara este entorno y nos permitiera asomarnos libre de prejuicios y falsas conjeturas, a este sector del país. Un medio de

comunicación convertido en 'el más eficaz mediador cultural y político entre la Costa Caribe y el resto del país, para en un doble movimiento, contribuir a armar una agenda amplia, desde donde surja y se propicie la mutua comprensión entre las dos mitades de la Nicaragua de finales de siglo. La Costa Caribe ocupa el 47% del territorio nacional, circunstancia que exige un tratamiento justo, digno y equitativo no sólo de parte del gobierno central sino también de todos los nicaragüenses.

A los periodistas de *Atlantic-News* corresponde animar y estimular el debate, acercar posiciones y generar una nueva sensibilidad, que posibilite el diálogo entre las distintas culturas que configuran el rostro de nuestro país. Con alegría me sumo al regocijo que causa el nacimiento de esta nueva criatura. Su perdurabilidad y credibilidad estará determinada por la creación de una nueva manera de vernos y entendernos entre los nicaragüenses. Este sería su mayor mérito, su grandísimo acierto.

Los suplementos: entre el desafío y el acierto

La globalización ha impuesto nuevos retos a la prensa escrita nacional y mundial. La revolución electrónica ha colocado a los medios audiovisuales en una situación ventajosa. Las estadísticas son inobjectables. Mientras el número de palabras impresas permanece estable, el componente transmitido electrónicamente se multiplica por dos cada diez años. ¿Cómo detener este viaje en picada? ¿Cómo poner un muro de contención a esta marejada impetuosa?

Para enfrentar estos desafíos, el diario *La Prensa* ha decidido implementar como estrategia, la publicación de varios suplementos a lo largo de todas las semanas y durante dos o tres veces al mes. La iniciativa está orientada y tiene como propósito básico, enfrentar la otra cara de la globalización, la segmentación de las audiencias. En un movimiento acertado, *La Prensa* dispuso crear distintos suplementos, con la finalidad de satisfacer cada una de las diferentes necesidades que puedan plantearles sus diversos lectores.

Procurando crearse una futura base de lectores, trata de establecer una relación temprana con la niñez nicaragüense a través del lanzamiento de *Cabito*. Dando un paso adelante, con *Aquí entre*

nos tiende el arco necesario entre niños, adolescentes y jóvenes, al acoger en sus páginas distintos niveles de intereses, preocupaciones y aspiraciones del sector mayoritario de la población nicaragüense (53% de los nicaragüenses son menores de dieciocho años).

Abriendo un amplio abanico, *Aquí entre nos* acoge con largueza desde las preocupaciones existenciales hasta las necesidades reales de diversión de la juventud nicaragüense. En sus páginas recrea un entorno adolescente y juvenil. Para conferirle un sentido más pleno y ubicar a los adolescentes y jóvenes en el contexto mundial, hace falta que *Aquí entre nos* estimule otro tipo de lectura e irradie sus páginas en otras direcciones: requiere de un componente que lo vincule con lo mejor de la tradición histórica nacional.

Cabito y *Aquí entre nos* constituyen una especie de escalera que debería preparar y conducir a los lectores de *La Prensa* hacia la búsqueda y lectura de *La Prensa Literaria*, la creación de Pablo Antonio Cuadra en 1954, el más antiguo y persistente de sus distintos suplementos y que en un relevo generacional ha sido asumido ahora por la joven periodista y poetisa, Martha Leonor González. Con una tradición bien asentada, la nueva conducción de *La Prensa Literaria* puede dar continuidad y abrir nuevos caminos al derrotero que le había impuesto el poeta de Nicaragua, Pablo Antonio Cuadra.

Mosaico se ha convertido en el intento explícito de *La Prensa* por incorporar de manera sistemática en sus páginas, a todo el país, brindándonos una visión integral acerca de lo que debemos concebir como la verdadera y auténtica Nicaragua. Asomarnos al sur y al norte, al este y el oeste de nuestra geografía, practicando un periodismo similar al impulsado por el propio Pedro Joaquín Chamorro Cardenal, para obtener de esta manera un concepto más amplio y pleno del país. Conocer las vicisitudes de los pescadores

del Pacífico y tomar el pulso a los bailes y tradiciones culinarias de la Costa Caribe nicaragüense. Al incorporar al conjunto de la nación como eje central de sus preocupaciones, estimula posibilidades infinitas de lecturas, concitando el interés de jóvenes y adultos, por tratar de conocer lo más significativo y trascendente de las distintas culturas locales.

En *Enfoque* se ejercita un periodismo que abre espacio y ventila temas de interés nacional, mediante la investigación exhaustiva de los hechos. Pensado para otro tipo de lectores, la temática incorporada en sus páginas tiene que ver con el presente y pasado del país. Una de las características más notables de *Enfoque* viene a ser la forma en que acoge y ventila temas de carácter polémico. La ventana que abre hacia el exterior sobre distintos temas internacionales, confieren un mayor equilibrio a su propuesta.

El Azote ha pasado a ser el único suplemento humorístico del país. Lo más atrayente, las caricaturas punzantes de Guillén, el caricaturista más consistente y sólido del país. Comparto su herejía. *El Azote* tiene su zona porosa: en algunos textos el humor no alza vuelo o se queda varado a medio camino. Concebido por su creador para hacer chanza de la política y de los políticos, en un momento en que las encuestas los hunden en los peores lugares ante la opinión pública, su mayor mérito radica en disparar en distintas direcciones y en escarmentar con los poderosos. La gigantesca caricatura que aparece siempre como portada en *El Azote*, compensa con creces la paga dominical del diario.

La publicación de *Informática* tiene mucho sentido e importancia, en un país en donde el proceso de informatización marcha en forma acelerada. Sin embargo, debería hacer esfuerzos por presentar una visión crítica del fenómeno. Una posición laudatoria, que toma en cuenta únicamente los intereses comerciales

de las distintas firmas proveedoras acreditadas en el país, resta fortaleza a sus propuestas y renuncia a la función primigenia con que ha sido pensado: convertirse en un puente entre sus lectores, al proporcionarles información de primera mano acerca de lo que acontece en el mundo digital.

Hogar & Cocina, es una propuesta para todo tipo de lector, especialmente para las mujeres de todas las edades. Su mayor debilidad radica en su intencionalidad estrictamente publicitaria. Creo que debe hacerse un intento serio para reenfocar los temas que aparecen en sus páginas. No se trata de excluir todo lo relacionado con la belleza del hogar y la cocina, sino más bien de no supeditar el discurso a las puras exigencias del mercado.

En términos generales, mi visión sobre los suplementos de *La Prensa*, es positiva. Son un grandísimo acierto editorial en la medida en que satisfacen diversas necesidades de sus lectores: lúdicas, informativas, educativas, psicológicas, económicas, literarias, políticas y de entretenimiento. Esta realidad me induce a formularles una sugerencia que creo va a ser tomada en cuenta, ahora que en el periódico están elaborando su *Código de Ética*, iniciativa que saludo y aplaudo, esperando que pronto, muy pronto, su suscripción se convierta en ejemplo y estímulo para todos medios.

Un diario con la tradición, el prestigio y fortaleza que caracterizan a *La Prensa*, debe por principio distinguir nítidamente entre lo que son las promociones y la cobertura informativa, entre lo que son noticias y lo que es publicidad. Mi valoración cobra mayor sentido sobre todo ahora que el mercado es presentado ante nuestros ojos como un absoluto. Hay que cerrarle el paso a quienes de manera interesada, para descalificar al diario *La Prensa*, la juzgan de una manera unilateral y torcida. Ven su desarrollo y empuje, como un simple negocio. Nada más.

Memoria recuperada

En un artículo polémico para algunos, controversial para otros y necesario para muchos, Joaquín Absalón Pastora, se lamenta no saber sobre el destino del busto de Juan Ramón Avilés que una noche de libaciones pudo entrever en el Club Terraza, agazapado en el olvido. Vuelve a contarnos la historia sobre el destino inmerecido de la escultura de Juan Ramón, retenida por la falta de pago de una factura de tragos que compañeros periodistas al final de la jornada no pudieron cancelar. Esta es historia sabida, hasta un reportaje especial presentamos por televisión, a través del Canal 2.

Nosotros nos hemos encargado de remarcar este episodio con la intención de rescatar para siempre el ejemplo de Juan Ramón Avilés, que por cierto mi querido poeta, en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Centroamericana (UCA) le levantamos un enorme pedestal sobre el que colocamos el busto, acompañado de una placa que textualmente reza sobre bruñido bronce: **En memoria- A Juan Ramón Avilés- Facultad de Ciencias de la Comunicación, 1997.** Creo de esta manera, poeta, responder de manera categórica a la angustia que le ocasiona no saber que camino cogió la estatuilla. En verdad, mi querido poeta,

tomó el mejor de los rumbos: convivir de manera cotidiana entre el grueso de estudiantes de comunicación social.

En un homenaje especial quisimos recuperar para siempre su prodigiosa y paradigmática figura. En un acto solemne en septiembre de 1997, en el aula Magna César Jerez de la UCA, presidido por su familia, encabezada por su hija doña María Fidelia Avilés de Navarro, en compañía de sus hijos y nietos, y de su esposo, el hoy vicepresidente de la república, Dr. Leopoldo Navarro, rendimos culto a la trayectoria profesional de Juan Ramón Avilés, haciendo una remembranza histórica de todo su quehacer profesional, ante el cuerpo de profesores y estudiantes de la Carrera de Comunicación Social. Resaltamos sus firmes valores profesionales y su ineludible conducta periodística.

Creímos oportuno destacar su enorme cualidad de periodista insobornable. Uno de los primeros periodistas durante el recién finalizado siglo, en sufrir sobre sus carnes el acoso, el destierro, el confinamiento, la censura y el exilio, de parte de liberales y conservadores. *La Noticia*, ese medio singular fundado según Gratus Halftermeyer el primero de julio de 1915, y según el *Catálogo de Periódicos y Revistas de Nicaragua* (1830-1930), realizado por la Hemeroteca Nacional (septiembre de 1992), para estos más bien fue creado en septiembre del mismo año 1915. Cualquiera que fuese la fecha verdadera lo cierto es que *La Noticia* llegó ha convertirse en uno de los periódicos de mayor trayectoria e influencia nacional durante el siglo pasado. Desde su creación estuvo bajo la conducción de Juan Ramón Avilés, hasta la fecha de su sentida muerte el 7 de junio de 1961, que coincidió con el mismo día de su nacimiento, cuando cifraba los 75 años de edad.

En verdad y de acuerdo a como corren los tiempos actuales del periodismo contemporáneo, Juan Ramón Avilés fue todo un

adelantado. Hoy se discute ardorosamente sobre la conveniencia o no de que los periodistas ocupen cargos públicos, o participen en política partidaria mientras se encuentran en el ejercicio de su profesión. Debemos aceptar que la tendencia moderna, dentro y fuera de Nicaragua, es que no deben acceder a involucrarse en actividades políticas partidarias, si antes no han renunciado públicamente al ejercicio profesional. Esto precisamente fue lo que hizo Juan Ramón Avilés en dos ocasiones. La primera haberse negado a ocupar un puesto público durante la gestión de gobierno de don Juan Bautista Sacasa y la segunda, darle un rotundo no al ofrecimiento que le hiciera el General Anastasio Somoza García. Como podemos comprobar, sobre este y otros temas, su ejemplo sigue vigente.

Para que también pueda comprobar nuestro aprecio por todas aquellas personas que trabajaron a la orilla de Juan Ramón Avilés, debo decirle también, que un homenaje similar rendimos a ese grande de la caricatura nacional: Chilo Barahona. Porque también formaron parte de su equipo de trabajo don César Vivas, *Mr. Hit* y mi tío Emilio Roths Schuh Cisneros, encargado de los aspectos judiciales, circunstancia que le indujo a firmarse bajo el seudónimo de *El pasante de la esquina*. En esta fotografía para la historia, podrán apreciar la entrega del reconocimiento que le hicimos a Chilo y los aplausos complacidos de Danilo Aguirre Solís, rindiendo tributo al maestro de la caricatura nacional.

Liberal doctrinario, antidictatorial, antidinástico y antimilitarista, supo hacer frente a la adversidad de la manera más digna y con la frente en alto. Por eso me sumo a la preocupación de Joaquín Absalón Pastora, de recuperar de la manera más transparente su memoria entre nosotros. Pero en donde todavía me muestro más de acuerdo con él periodista Pastora, es el gravísimo error —todavía salvable— de no haber entregado el *Premio Juan Ramón Avilés*, a

la pluma tenaz e invariable de Danilo Aguirre Solís. A su magisterio de más de treinta años de continua labor profesional. Estamos a tiempo de enmendar la plana. ¿No le parece así mi querido profesor Trejos?

Por lo demás, duerma tranquilo mi querido poeta, que la figura imperecedera de Juan Ramón Avilés, sirve de ejemplo e inspiración a la nueva generación de estudiantes de la Carrera de Comunicación Social. Su rostro firme y sereno, tal como lo concibió el artista que realizó su estatuilla, apunta firmemente hacia el futuro.

Carta ética

Una carta de esperanza para Nicaragua

No podía existir un mejor momento en medio de una campaña electoral, para que una organización de periodistas profesionales suscribiera una *Carta Ética* como parte de sus compromisos con la ciudadanía. La crisis de valores que aflige a la nación continúa provocando desencanto y apatía, afecta la credibilidad de las personas y las instituciones. Existe el convencimiento pleno que para restituir la confianza entre los nicaragüenses se requiere más que discursos. La ciudadanía exige como correlato ineludible para conferir credibilidad a las distintas propuestas lanzadas desde diferentes sectores, que estén soportadas sobre hechos concretos y tangibles. En eso radica la originalidad, el interés y la importancia suscitados por la suscripción del documento ético por los periodistas de Carazo.

Apuntalado sobre valores democráticos, el punto de partida de la *Carta Ética* radica en el respeto a la dignidad humana, la libertad de expresión, de información y pensamiento. Aunque en verdad, su mayor originalidad radica en adoptar este documento *con carácter obligatorio*. La vieja dicotomía establecida por el iusnaturalista Thomasius en el Siglo XVIII, radicando en el fuero interno lo referido a la ética y en fuero externo como lo propio del

derecho, deja de ser un referente confiable en el despegue del tercer milenio. El carácter vinculante, como lo postula José María Desantes, debe ser lo propio de los códigos de ética modernos. Esta determinación confiere a la propuesta de los periodistas de Carazo, un tono convincente, modernizante. Por añadidura se conecta de manera directa con su concepción de que la misma existencia de su organización responde a las necesidades informativas de la sociedad nicaragüense. Dentro de un orden riguroso de prioridades establecen como su primer compromiso profesional, una auténtica lealtad hacia su público. Esta definición tiene el mérito de colocarlos fuera de las asechanzas de los distintos grupos de interés público o privado y lo que en Javier Darío Restrepo aparece como una interrogante, los periodistas caraceños, invirtiendo los términos de la relación, ratifican que la ética lejos de limitar el ejercicio profesional fortalece la libertad de expresión.

Tratando de tomar distancia de los diferentes partidos políticos en el momento en que más se requiere declaran que su organización es de naturaleza "apartidista", para añadir renglón seguido que esta determinación no debe interpretarse en un sentido restrictivo. Cada uno de sus miembros puede optar individualmente a favor de las distintas expresiones políticas o ideológicas que más les satisfagan. Una disposición orientada a que su membresía, en un país en el que históricamente la prensa no ha podido romper el cerco partidario que le aprisiona, se abstenga de mezclar la política partidaria con su quehacer profesional. Sin dejar de reconocer que en la actualidad la relación de los medios con las expresiones o actitudes abiertamente partidarias, comienzan a ser discutidas, revaluadas y en algunas ocasiones superadas.

Con la intención de cerrar el paso al irrespeto y a la maledicencia, los autores del documento establecen de manera categórica un *"incuestionable respeto a la dignidad humana y a la*

vida privada de las personas". Ante una prensa que todos los días absuelve, condena y arbitra, la mayoría de las veces sin otra consideración que atender la primicia informativa, se obligan "*a salvaguardar la presunción de inocencia de aquellas personas acusadas en los tribunales hasta tanto no se haya dictado un fallo definitivo...*" Con esta determinación hacen suyo en la práctica un principio establecido en la Constitución Política Nicaragüense. Para que esta disposición deje de ser transgredida una y otra vez manifiestan su voluntad explícita a que el enunciado constitucional adquiera plena vigencia durante el desarrollo y cumplimiento de sus labores profesionales. En un país como el nuestro, se debe guardar un mayor respeto al derecho de imagen que tiene cada uno de los nicaragüenses. Hay que evitar a todo trance que esta práctica continúe ocasionando estragos, muchas veces irreparables, a primeras o terceras personas puesto que difícilmente "se limpian con una simple rectificación".

Para despejar dudas acerca de la manera en que los *Periodistas Profesionales de Carazo* han decidido apegarse de manera estricta e irrenunciable a los enunciados de su *Carta Ética*, reiteran con un deje casi nostálgico una de las expresiones que mejor fortuna ha tenido del *Credo* de Walter Williams: obligarse a responder como caballeros por los que escriben los periódicos, digan en las radios o presenten a través de los canales televisivos. Las modernas escuelas de pensamiento, establecen cuatro tipos de responsabilidades profesionales a las cuales no pueden rehuir los comunicadores sociales. Una responsabilidad moral (respuesta a su propia conciencia), una responsabilidad legal (respuesta frente a la ley positiva), una responsabilidad civil (respuesta frente a daños ocasionados) y una responsabilidad social (respuesta frente a la sociedad). Tal vez las dos más importantes tienen que ver con su conciencia profesional y el respeto que deben a su público. Con la salvedad de que cuando se ha decidido autoimponerse reglas de

estricto autocumplimiento, como lo han determinado los *Periodistas Profesionales de Carazo*, se marca una nueva inflexión. Se sale al encuentro de la tendencia modernizante de que la autorregulación sólo adquiere sentido, si tiene como horizonte primario establecer normas de interés público a las cuales se comprometen cumplir sus suscriptores. Estamos frente a esta realidad.

Para ratificar la profundidad de sus compromisos, los periodistas caraceños, contra toda dudosa veleidad, establecen como *faltas graves a la ética profesional*, la violación a los derechos humanos, la desinformación premeditada, el soborno, el cohecho, la extorsión, el plagio y el irrespeto a la propiedad intelectual. Así como también consideran *faltas graves a la ética*, la difamación, la calumnia y la injuria, y todavía agregan, como para resaltar sus compromisos, que deben considerarse como *faltas graves*, callar ante la corrupción, venga de donde venga, (el subrayado es de ellos) y el daño ocasionado al medio ambiente. La firmeza y amplitud de sus compromisos, advierte que estamos en las puertas de un nuevo ejercicio profesional, de parte de un conjunto de periodistas, dispuestos a traducir en la práctica, un conjunto de principios sobre los que han deliberado y cuyo cumplimiento han consensuado.

Para quienes confiamos en que la gestación de una nueva cultura política en Nicaragua, provendrá en primer término de los medios de comunicación, la suscripción de esta *Carta Ética* de parte de los periodistas de Carazo, constituye un aliciente. Ante una sociedad como la nuestra, cada vez más incrédula, el suyo ha sido un gesto convincente. Esperamos que el camino trazado se convierta en una experiencia multiplicable a lo largo y ancho del país. La *Carta Ética* revalida, como ningún otro documento, la credibilidad que gozan los periodistas, al enviar señales claras a la sociedad nicaragüense, de ser capaces de asumir en la práctica, compromisos

encaminados a restituir, en el más breve plazo, la dignidad violada de cada uno de los nicaragüenses.

Mercado, televisión y soberanía

I. El mercado de la televisión

La petición de una entrevista formulada desde *Miami* por el periodista Felipe Aldunate, miembro del equipo de redacción de la revista *América-Economía*, para preguntarme sobre el mercado de la televisión en Nicaragua, me permite volver sobre mis pasos y reflexionar una vez más sobre el futuro inmediato que depara la enajenación de ENITEL (apenas postergada) y la promulgación de las leyes de Derechos de Autor y de Protección de Señales Satelitales para el conjunto de la vida del país.

En un principio di por sentado que el periodista Aldunate en verdad me llamaba para conocer la situación real o potencial del mercado de la televisión en Nicaragua. ¡Qué equivocado estaba! Su brevísimo interrogatorio giró sobre la presencia del empresario mexicano, don Ángel González, por estas tierras del Señor. ¿Su arribo al país es reciente o de vieja data? ¿Cuáles son sus intereses en la televisión nicaragüense? ¿Qué parte del pastel se come? ¿Qué

tipo de ruido estaba ocasionado el creciente control que ejercía sobre la televisión local? ¿Era idéntico al alboroto que don Ángel había armado en Costa Rica? ¿Sabía en que otros países de América Latina tenía estaciones de televisión don Ángel González? Excepto dos o tres aclaraciones, mis respuestas fueron de mero trámite. Aldunate sabía sobre González más de que lo que yo pudiera responderle.

Cuando intenté derivar mis consideraciones sobre otros aspectos cruciales para entender la situación del mercado de la televisión en Nicaragua ¿ese era el objeto de la entrevista, no? mi entrevistador no mostró mayor entusiasmo. El único interés de Aldunate era obtener mayor información sobre don Ángel González. La razón es obvia: el empresario mexicano controla dos de los seis canales de la televisión nicaragüense (*Canales 4 y 10*) y es un secreto *a sotto voce*, su enorme influencia sobre un tercero (*Canal 12*), lo que implica tener copado el 50% de la televisión comercial en VHF. Con una salvedad: la televisión nicaragüense opera además en UHF (cinco canales) así como también la televisión por cable se ha expandido a lo largo del país (cincuenta y ocho empresas en todo Nicaragua).

Un análisis aproximado al mercado de la televisión nicaragüense, tiene que tomar muy en cuenta además, el liderazgo indiscutible del *Canal 2*. Las encuestas realizadas durante los últimos tres años sitúan al *Canal 2* acaparando más del 50% de la audiencia televisiva nacional y casi un 70% del mercado publicitario de la televisión. En otras palabras, sería incurrir en un reduccionismo ramplón, colocar al empresario mexicano como el alfa y omega del mercado de la televisión nicaragüense. Debo confesar sin cierta alarma que todavía desconozco que otros motivos subyacen en la entrevista de Aldunate. No vaya a ser que aparezca involucrado, participando en uno de esos juegos de ajedrez en los que siempre me he negado a ser utilizado como simple ficha de ocasión. No está

en mi ánimo aparecer denostando en contra de González o figurar elogiando sin quererlo, su ascendente control sobre la televisión doméstica.

II. Fusiones, ventas y soberanía

Toda referencia sobre el mercado de la televisión nicaragüense debe de partir de los cambios que ocurrirán en pocos meses, como derivación inevitable de la privatización o recapitalización de ENITEL (después de su traspás con TELMEX el gobierno es probable que ensaye la segunda variante) y de la pronta aprobación en la Asamblea Nacional de las leyes de Derechos de Autor y de Protección de Señales Satelitales. Previendo la magnitud de estas modificaciones en el mercado, NACSA y ESTESA, las dos empresas de cable más grandes de Nicaragua (casi un 80% del mercado capitalino), decidieron realizar un movimiento estratégico, mediante la fusión de capitales de ambas compañías. Un paso trascendental que las coloca en una situación ventajosa no sólo frente a las demás compañías nacionales de la televisión por cable, también abre las puertas de su consolidación económica en el corto tiempo.

En la medida en que los plazos de promulgación de las leyes de Derechos de Autor y Protección de Señales Satelitales se acortan y la privatización de ENITEL vuelve a replantearse (noventa días pide Jorge Solís Farias), los cambios y modificaciones en el mercado local de la televisión resultan inevitables. El carácter de ambas leyes producirá un efecto disolvente sobre la existencia de muchas compañías del cable. La estrangulación de la mayoría de los empresarios del cable resulta evidente. Las exigencias que plantean

ambos cuerpos jurídicos, sobrepasan las posibilidades económicas reales de los pequeños empresarios de Ciudad Rama, La Paz Centro, Muhan, La Gateada, Muy Muy o Muelle de los Bueyes.

El frenazo de sus operaciones solo es cuestión de tiempo. Las leyes contemplan sanciones severas para sus transgresores. Establecen como ilícito la importación, fabricación, venta, arrendamiento, oferta de servicios, mantenimiento o puesta en circulación de aparatos o dispositivos destinados a descifrar señales codificadas o a burlar las disposiciones tuteladas por ambas leyes. Para que no queden dudas de su severidad, también incluyen cuantiosas multas, el decomiso y destrucción de los aparatos utilizados y varios años de cárcel para los infractores. No existe escapatoria alguna para nadie. Por su carácter y naturaleza, los tribunales de justicia quedan autorizados para aplicar de oficio y de manera rigurosa las disposiciones que contienen, en favor de los actores supranacionales. ¡Hay Diosito lindo!

Todo este nuevo andamiaje jurídico y comercial, torna axiomática la recomposición del mercado de la televisión doméstica. Con la enajenación de ENITEL la situación para los operadores de la televisión por cable y la televisión abierta o comercial también se verá afectada. Se ha caído en la equivocación de creer que la televisión comercial y otros servicios como Internet quedarán al margen de estos cataclismos. ¡Pero no es así! La Ley de Telecomunicaciones y Servicios Postales establece de manera taxativa que al ganador del billete premiado de ENITEL le estará permitido competir en el mercado de la televisión por cable (Art. 47 inciso 2) e Internet no está sujeto a frenos o contrapesos (Art. 13).

En su momento, los especialistas de TELCOR establecieron que los nicaragüenses debíamos dar por sentado, que el favorecido

con la venta de ENITEL tiene poderosos motivos para sentarse a la mesa del festín de la televisión por cable. ¿Cómo negarse si cuenta a su favor con una infraestructura técnica envidiable? Dispone de 140 mil líneas y una red troncal moderna con una tecnología apropiada que le permite prestar diversos servicios de manera simultánea: Internet, voz y vídeo de baja intensidad. El enfoque sobre las perspectivas del mercado de la televisión nicaragüense debe ser más amplio. Centrar el análisis únicamente en los aspectos aludidos, pecaría de diminuto. Sería parcial, incluso miope. Tiene que partir del nuevo mapa cartográfico que configuran las telecomunicaciones mundiales.

Los cambios que sobrevendrán con la venta de ENITEL y la entrada en vigencia de los dos nuevos estatutos jurídicos, producirán una considerable ampliación del mercado nacional, volviéndole más codiciado y apetecible. Ninguna compañía telefónica está interesada en circunscribir sus operaciones al mercado de la telefonía. La integración y convergencia de las telecomunicaciones, la informática y la comunicación social están a la orden del día. ¿A cuenta de qué tenemos que abrigar la esperanza que el esquema seguido por las empresas telefónicas transnacionales será distinto en Nicaragua al patrón establecido para el resto de América Latina? A donde han llegado los grandes consorcios telefónicos han decidido operar la televisión por cable y se han lanzado a la prestación de otros servicios.

La segura aparición de nuevos oferentes en la televisión por cable abrirá una virtual competencia no sólo entre las compañías cableras. Estos movimientos obligarán también a las televisoras comerciales a replantear su estrategia. La televisión por cable está generando nuevos hábitos de consumo entre las audiencias locales. Una gran parte de su programación es en directo, mientras la mayoría de los programas de la televisión comercial son diferidos. Los

mastodontes de las telefónicas, a través de las megafusiones con las gigantes del audiovisual, han logrado convertirse en condueñas de un gran pedazo de la producción televisiva. Estas realidades plantean nuevas demandas. La televisión comercial está llamada a responder a estos cambios, como condición *sine qua non*, para continuar gozando del favor de las audiencias, en una época en que la tiranía del *rating* determina los porcentajes publicitarios a que tienen derecho los canales de televisión.

Los retos y desafíos que plantean la venta de ENITEL y la aprobación de las leyes de Derechos de Autor y de Protección de Señales Satelitales rebasan el universo de la televisión por cable y de la televisión comercial. Abren un nuevo capítulo en la historia nacional. Asistimos a un proceso de cambios y transformaciones de mayor alcance y significación. Las telecomunicaciones tienen que ver, querámoslo o no, con el destino de Nicaragua como nación. Reducir sus efectos a un problema mercadotécnico no tiene sentido ni siquiera para los sefarditas transnacionales. No se trata de unos pesos más o de unos pesos menos, como lo suponen o aducen alegremente nuestros ilustrados gobernantes. Las telecomunicaciones son un poder desbordante que atraviesa e incide en los más variados campos de la economía, la cultura, la política y la guerra. Sólo quienes nos ven como tontos se hacen los desentendidos. ¡Qué le vamos hacer! ¿No es así mi Presidente?

Pulsando las audiencias

I Una aclaración necesaria

Como parte de sus rutinas de trabajo (las sanas rutinas del padre Ugalde, Mayra Luz) y en relación directamente proporcional con su crecimiento y desarrollo, la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Centroamericana, ha establecido como parte de sus compromisos con los medios de comunicación y el periodismo nacional, la realización de dos encuestas anuales sobre preferencia de medios (prensa escrita, radio y televisión).

Para otorgar validez y credibilidad a los resultados, el carácter de estas investigaciones es estrictamente académico. Los estudiantes de los últimos años de la Carrera de Comunicación Social realizan las encuestas y la totalidad de los gastos incurridos son pagados con fondos propios de la Universidad Centroamericana. Nuestra premisa es que ningún interés político o económico, debe interferir el estudio serio y científico por el que apuesta la UCA.

II Otras revelaciones

La última encuesta realizada el pasado dos de junio, ha sido la más ambiciosa y mejor lograda de todas. Lo es debido a múltiples razones: por el número de la población encuestada (un mil personas), el rigor técnico alcanzado en el diseño de la muestra, la cantidad de profesores y estudiantes que participaron en el levantamiento de campo y en el procesamiento de la información (93 en total), la eficacia lograda en el trabajo de campo (999 encuestas efectivas) y por la naturaleza de los datos obtenidos. Saltos de calidad que vuelve confiable la labor académica desplegada por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UCA.

Entre los descubrimientos más relevantes, resulta que el porcentaje de población que posee aparatos televisivos (97%) es superior esta vez a quienes disponen de aparatos de radio (94%). Estos datos vienen a convalidar una tendencia que comenzaba a perfilarse en 1996. En una encuesta efectuada por el Centro de Investigaciones de la Comunicación (CINCO), las cifras obtenidas revelaban que el porcentaje de posesión de aparatos televisivos en la ciudad de Managua era similar al número de aparatos de radio. Tres años después, podemos comprobar un ligero ascenso en la disponibilidad de aparatos televisivos. Este desplazamiento ratifica en el patio local, hallazgos similares obtenidos en el resto de América Latina. La televisión ha sustituido al refrigerador como el aparato electrodoméstico más apetecido.

Aunque la televisión ha desplazado a los otros medios (radio y prensa escrita) como principal fuente informativa (53%) no ha hecho mella entre los medios impresos como principales canales de oferta y demanda de servicios (71.3%). Esto explica, entre otras

razones, el crecimiento expansivo de los anuncios clasificados en los distintos periódicos del país.

III Liderazgo en prensa escrita

Otro de los datos de mayor relevancia expresa que en la puja que vienen manteniendo a lo largo de la presente década los dos periódicos de mayor circulación nacional, *El Nuevo Diario* por primera vez se sitúa por encima del diario *La Prensa*, como el medio escrito de mayor credibilidad.

Una mirada sobre algunas encuestas anteriores nos revela que si *El Nuevo Diario* aparecía ligeramente como el diario de mayor preferencia, *La Prensa* retenía a su favor el primer lugar de credibilidad. En esta nueva encuesta de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UCA, *El Nuevo Diario* acapara el liderazgo en la prensa escrita, al ubicarse simultáneamente, como el diario de mayor preferencia (44%) y credibilidad (34.4%).

En cuanto a los temas que suscitan el interés de los lectores, aparte del consabido lugar cimero de la Primera Plana, aparece en segundo lugar Sucesos, seguido por Deportes, las páginas de Variedades, los Clasificados y las páginas de opinión. Es tanto el peso de la nota roja, que *El Mercurio* (10.2%) desplazó hacia un segundo lugar de preferencia a *El Semanario* (9.4%), no pudiendo disputarle, sin embargo, la hegemonía que este goza en el ámbito de la credibilidad (8.9%). *El Mercurio* se cuela de segundo con un 5.4% de credibilidad.

IV Las disputas en el dial

Las disputas en el dial continúan. El consumo de radio en frecuencia modulada sigue ascendiendo. Un dato explicable si nos atenemos al menú que ofrece la frecuencia modulada: música y más música, un succulento plato para una juventud (67% de la población nicaragüense es menor de 24 años), que ha mudado sus hábitos de consumo radial. En amplitud modulada, *Radio Ya* aparece inconmovible, ratifica su condición de emisora líder, mientras *La Tigre* se ha reposicionado del primer lugar en frecuencia modulada. Cabe una observación. Mientras las audiencias se polarizan en la amplitud modulada, *Radio Ya* concentra el 29% de los oyentes, seguida de la *Corporación* con un 8.6%, el fenómeno es diferente en la frecuencia modulada, en donde la distribución de las audiencias aparece como más equitativa.

La Tigre (10.7%) apenas rebasa un punto a la *Romántica* (9.7%) y *Stereo Juvenil* que aparece en tercer lugar favorecida con el 7.6% de la audiencia, supera ligeramente a la *Magic* que goza del 7.2% de preferencia. Las fidelidades de las audiencias en frecuencia modulada parecieran frágiles y volátiles. No son intensas como pareciera expresarse en la amplitud modulada. La encuesta de la Facultad de Ciencias de la Comunicación revela por otra parte, las mudanzas y corrimientos ocurridos en la frecuencia modulada, como consecuencia de cambios de preferencias, lo que reposiciona a las emisoras líderes en esta frecuencia. En la encuesta de noviembre de 1998 aparecía en primer lugar la *Stereo Juvenil* y en tercero *La Tigre*. Esta vez las cosas se invirtieron y es predecible que encuestas venideras arrojen otros datos, en relación a la preferencia de las audiencias en el consumo de la frecuencia modulada.

V ¿Cambios en las predilecciones?

En la televisión, el dominio del *Canal 2* es absoluto (73.6%). El *Canal 4* que aparece en segundo lugar, obtiene el 10.5% de la audiencia capitalina. Tal vez uno de los datos más importantes es que la desaparición de *Buenos Días Nicaragua*, conducido por Danilo Lacayo, no implicó un desplazamiento de sus seguidores hacia las otras revistas televisas. Ninguna revista pareciera capitalizar a su favor, los televidentes que favorecían con su voto a *Buenos Días Nicaragua*. En cuanto a preferencia y credibilidad, *TV Noticias* marca el paso.

Como prueba de lo importante que resulta auscultar no sólo la preferencia sino también la credibilidad de las audiencias, *100% Noticias* que aparece en tercer lugar de preferencia (11.8%) obtiene un porcentaje mayor de credibilidad: el 13.6%. En un canal con una programación netamente foránea, *100% Noticias* hace aterrizar la programación del *Canal 8* en la realidad nacional. Por ahora es lo mejor con que cuenta este canal.

Un hecho que debe concitar el interés de los estudiosos y programadores de la televisión nacional, es el bajón considerable que marcan las telenovelas entre los gustos de las audiencias. Este dato debe ser examinado con mayor interés por el *Canal 2*, en vista de que las telenovelas constituyen el grueso de su programación televisiva. Un 42% asegura no preferir ninguna de las telenovelas actualmente en pantalla. ¿Cansancio? ¿Falta de interés? ¿Reiteración hasta el infinito de los mismos temas y argumentos?

Otro dato interesante. En relación a los presuntos gustos consagrados, dando por sentada cierta predilección especial por las

telenovelas brasileñas, esta vez los pronósticos no resultan ciertos. Una simple mirada ratifica lo expresado. El 21% de los encuestados dijo preferir *La Mentira*, telenovela de factura mexicana. En segundo lugar aparece la carioca *Torre de Babel*, con el conocidísimo Toni Ramos, favorecida apenas con el 8.2%.

VI Credibilidad en las instituciones

Siguiendo la pauta marcada por la encuesta de preferencia de noviembre de 1998, en donde indagamos sobre el papel crucial jugado por los distintos medios de comunicación durante los días aciagos del *Mitch*, en esta ocasión decidimos hacer algo similar. La razón es obvia. Durante el presente año los medios de comunicación y los periodistas nacionales han estado en el centro de la tormenta. Motivados por esta realidad, incluimos un bloque de preguntas para tomar el pulso a las audiencias y saber el grado de credibilidad que otorgan a distintas instituciones de la vida nacional.

Para evitar (¿será posible?) la maledicencia, el encono y la ira muchas veces incontenible que provocan los resultados cuando estos no favorecen a ciertos actores, nos limitamos a transcribir cómo valoran las audiencias la credibilidad de siete instituciones relevantes del país. En primer lugar sitúan como la institución más creíble a la Escuela (57.3%), seguida por los Medios (41.1%), después por la Iglesia católica (37.1%) y los Organismos No Gubernamentales (30.6%). En los últimos tres lugares colocan a los Sindicatos (11.2%), los Partidos políticos (4.5%) y en el sótano ubican al Gobierno (4.3%). Los análisis y conclusiones corren por cuenta de ustedes. ¡No se vaya a culpar de nuevo al mensajero!

Una realidad cambiante

La última encuesta realizada por la Facultad de Ciencias de la Comunicación sobre *Preferencia de Consumo de Medios* (12 de Julio 2001), evidencia la reiteración de una serie de tendencias así como también revela cambios considerables que deben que tomar en consideración tanto los dueños de medios como los políticos (no solo porque estamos en un año electoral), los anunciantes y los publicistas.

El estudio reitera el entronizamiento de la televisión como el medio de mayor consumo (97.7%) en la ciudad capital y como el dispositivo preferido para informarse (61%), frente a la radio (26.2%) y los periódicos (9.4%). Las otras tendencias ratificadas están relacionadas con una mayor centralización del consumo de radio durante la mañana. Esta vez alcanzó un 46.9% cifra superior a los porcentajes alcanzados en las encuestas anteriores. El tiempo dedicado a escuchar radio (casi un 60% lo hace entre una y dos horas), sigue siendo mayor que el tiempo que los consumidores dedican a ver televisión (35.6%). Sin embargo, las cifras varían cuando el tiempo dedicado al consumo de ambos medios alcanza más de tres horas. En este caso la televisión (29%) está por encima de la radio (26.5%).

Tal vez el cambio más importante revelado por la encuesta de la Facultad de Ciencias de la Comunicación esté relacionado con el uso a que se destinan la televisión y la radio. Los programas preferidos de las televisoras nacionales son sus telenoticieros. Esto se evidencia de manera incuestionable. El 40.3% de los televidentes prefieren de manera prioritaria a la televisión para informarse frente a un 38.1% que afirma preferir a la radio con idénticos fines. La radio resulta insuperable por la televisión para escuchar música (49.1%).

La frecuencia modulada continúa ejerciendo un liderazgo indiscutible como la frecuencia preferida (65.4%) de los radioescuchas. La amplitud modulada alcanza un 24.9% de preferencia. Esta variación sustancial comenzó a manifestarse a partir del *boom* de la FM al despuntar el primer quinquenio de los noventa. La encuesta pone en evidencia dos cambios significativos en cuanto al consumo de radio. El primero tiene que ver con el reposicionamiento de la AM en la preferencia absoluta de los escuchas. La radio preferida en AM es *La Nueva Radio Ya* con 27.1% frente a la *Romántica* en FM que obtiene un 22.3% de preferencia. La otra variación importante es que la polarización en el consumo de ambas frecuencias pareciera ratificarse.

En las encuestas anteriores realizadas por la Facultad de Ciencias de la Comunicación la alta concentración de las audiencias ocurría de manera preferente en la AM. Dos o tres radioemisoras concentraban el mayor porcentaje de audiencia frente a las demás radioemisoras en esta frecuencia (*Ya, Corporación, La Primerísima, La Sandino*). Las audiencias aparecían mejor distribuidas en la FM. Ninguna de las emisoras en FM alcanzaba más del 12% de preferencia entre los radioapasionados. En esta ocasión los resultados son diametralmente opuestos. La diferencia entre la emisora del primer y segundo lugar es superior en un 14%. *La Musical* que

alcanzó el segundo lugar, obtuvo un 8% de preferencia. Esto supone un cambio significativo en el comportamiento de las audiencias.

Las deducciones lógicas que podemos extraer de estos resultados indican que nada está escrito en el campo radial, excepto el dominio creciente de la FM. Las predicciones de que *La Nueva Radio Ya* dejaría de ejercer un liderazgo notorio en el campo radial se desvanecen. Se trata de una experiencia radial que debe ser objeto de un estudio riguroso para descubrir lo que subyace en esta propuesta. Un cambio de manos, en las circunstancias en las que se dio, obligaba a pensar a los expertos que los días felices de la *Radio Ya* quedaban atrás. Contra pronóstico no ocurrió lo esperado. *La Nueva Radio Ya* resultó ser la emisora del primer lugar ((27.1%), la más creíble (29.6%), la del radio-noticiero del primer lugar (32.1%) y la emisora que cuenta con la radio revista preferida por la audiencia capitalina (9.5%).

Creo que lo acontecido con *La Nueva Radio Ya* amerita un análisis más profundo. A simple vista se podría afirmar que su liderazgo se mantiene debido a que su programación se mantuvo intacta, así como también a que su antiguo personal continúa laborando en la emisora. Otras razones de fondo tienen que ver con la naturaleza de su propuesta discursiva y a su carácter eminentemente popular. Su marcado acento sandinista es evidente. Sin embargo, el hecho de abrir sus micrófonos a distintos sectores sociales para que formulen de manera abierta sus reclamos a las distintas instancias estatales y gubernamentales aproxima a la radio a esa masa de población empobrecida que busca un urgente paliativo a su situación deprimente. Las radios continúan siendo en Nicaragua las principales mediadoras entre las audiencias y el sector público y privado. Son los dispositivos a los que recurren para plantear sus reclamos y formular sus necesidades.

Otra de las revelaciones interesantes que arroja la encuesta está relacionada directamente con la televisión por cable. Desde que la Facultad de Ciencias de la Comunicación inició su programa de investigaciones el tema de la televisión por cable ha estado presente. La razón es obvia. En un país en donde las propuestas de los diversos canales locales están conectados por una sonda con el exterior, desde donde nutren el grueso de su programación diaria, era de esperarse una competencia abierta y sin cuartel con la aparición de la televisión por cable. Muchas de las novelas, películas, programas deportivos (boxeo, baseball, tenis, basket, atletismo, etc.), eran y son pasadas en diferido por los canales locales. Era evidente que una que mordieran la manzana de Adán, las distintas audiencias preferirían ver en directo estos distintos programas. El reto para las televisoras nacionales estaba planteado. Lo interesante era ver como iban a enfrentarlo.

Desde entonces (1995) a esta parte el consumo de la televisión por cable se ha profundizado de una manera geométrica. La televisión por suscripción se ha abierto paso de manera geométrica. Aun cuando en sus inicios las primeras licencias fueron otorgadas sobre la base de criterios un poco extraños: Managua fue dividida en zonas muy limitadas, el desarrollo de la televisión por cable, la fuerza y el empuje de determinado sector empresarial haría por evidenciar lo limitado de este esquema. La operación de este sistema requiere de tecnología punta. La aprobación de la *Ley de Derechos de Autor* y de la protección de señales satelitales afectaría aun más al grupo de pequeños empresarios, que jugaba a competir en un campo complejo, sin la capacidad técnica suficiente y sin los recursos financieros necesarios.

Sucedió lo esperado. El número de oferentes de la televisión por cable se ha venido reduciendo progresivamente en todo el país. En la misma proporción han venido creciendo, en primer lugar las

señales de Estesa y Direct-TV. En ambas empresas figura como socio el Grupo Pellas, que una vez más muestra visión de futuro al invertir en el sector de la economía mundial de mayor crecimiento económico. La otra empresa que ha logrado crecer y expandirse es Multivisión.

Dentro de un esquema como este, la televisión por cable ha logrado desarrollarse hasta alcanzar, según los datos arrojados por la encuesta efectuada por la Facultad de Ciencias de la Comunicación, a un 59.1% de la audiencia capitalina. Durante la primera investigación efectuada en 1995 apenas el 68 % de los managuas carecía de televisión por cable. Estas cifras demuestran la creciente preferencia de los capitalinos por el consumo de la televisión por suscripción. Pero esta situación inevitablemente tenderá a cambiar como resultado de la privatización de *Enitel*. Lo cual indica que estamos moviéndonos sobre un terreno gelatinoso. Las firmas internacionales que puján por la compra de *Enitel*, se han mostrado interesadas en operar la televisión por cable. Ante esta realidad tal vez quien esté mejor preparado para hacer frente a esta nueva situación sea Estesa. Cuenta con una capacidad instalada que le permitiría subsistir o entrar en alianzas con las firmas transnacionales interesadas en adquirir la telefonía básica en Nicaragua.

De la encuesta puede deducirse también, la manera en que los medios audiovisuales impactan sobre el consumo de medios impresos. Un solo dato se requiere para ratificar empíricamente esta realidad. Mientras las audiencias permanecen cautivadas escuchando radio (50.9%) y aparecen embobadas viendo televisión (35.6%) durante dos horas consecutivas, el tiempo de lectura de los periódicos se ha comprimido al máximo, apenas un 11% dedica más de una hora a su lectura. Sin embargo, pese a lo señalado los periódicos gozan de la prerrogativa de continuar de alguna manera imponiendo

la agenda nacional. Estos les confiere un liderazgo todavía en disputa.

Los otros datos de la encuesta colocan a *La Prensa* como el diario con la mayor frecuencia de lectura (46.8%) y *El Nuevo Diario* aparece en segundo lugar con un 35.4%. En cuanto a la credibilidad *La Prensa* también figura en primer lugar (41.5%) y *El Nuevo Diario* en el segundo puesto con el 33.1% de credibilidad. Por segunda vez consecutiva los lectores afirman una vez más que la página de su preferencia es la de Sucesos. Esto explicaría en parte la aceptación de que goza *El Mercurio* entre la audiencia nacional. En Managua obtiene el primer lugar como el semanario de mayor lectura (26.0%).

En un país marcado todavía por la polarización política la encuesta trata de mostrar sobre la base de criterios técnicos rigurosos, el orden de preferencia de los distintos medios entre las audiencias capitalinas. De esta manera la Facultad de Ciencias de la Comunicación pretende establecer parámetros sobre los cuales deberían operar las agencias publicitarias y el gobierno de la república a la hora de pautar sus anuncios. Incluso los mismos partidos políticos durante el presente cotejo electoral. Esta es la pretensión. El deseo es que se cumpla al más breve plazo. De lo contrario en poco o nada estarían contribuyendo las agencias, los partidos y el mismo gobierno, a desmontar la polarización y continuarían retrasando la entrada de Nicaragua al Siglo XXI. A los medios les corresponde por su parte abrirse al diálogo y brindar espacio a las distintas fuerzas políticas, independientemente de sentirse o no identificadas ellas. Esto es lo democrático. Para sentar las bases de la democratización en Nicaragua debe partirse con la fuerza del ejemplo. ¡Lo demás es demagogia! ¡Pura retórica!

Las telenovelas y su capacidad de seducción

*A Edgard Tijerino y su apetito
insaciable por las telenovelas.*

I

Tal vez sin quererlo y casi de soslayo, durante estos meses me interné de nuevo en el mundo fascinante de las telenovelas. Durante los ochenta y como resultado de la fiebre suscitada en Nicaragua, por el creciente éxito de las telenovelas brasileñas, durante dos años me concentré en su análisis y estudio. La borrachera que causaban en un país en revolución, en donde la óptica ideológica todo lo permeaba, exigía una nueva aproximación. Su interés como fenómeno cultural, concentraba por primera vez de manera masiva, la atención de la intelectualidad académica latinoamericana y mundial. Me subía al carro de los que pensaban que existían otras rutas de acceso que no fuesen

únicamente el análisis ideológico determinado por la infraestructura económica.

Rota las quillas, el sector elitista que se regodeaba dentro de los circuitos de la denominada cultura culta, cuyo patrón de comportamiento había consistido en denostar y volver las espaldas a este formato televisivo, asumía de manera indiscriminada, los desafíos que planteaba un fenómeno que enloquecía por entero a Latinoamérica e invadía otros continentes. Estábamos frente a la ruptura de los viejos paradigmas analíticos y el desplazamiento hacía los receptores convocaba a otro tipo de acercamiento, fuera del trillado análisis que otorgaba supremos poderes a los emisores. Columpiándonos pasábamos al otro extremo de la cuerda del proceso de comunicación.

Ariel Dorfman y Armand Mattelart, que habían formado parte de la tropa que inició la descarga de fusilería contra ciertas propuestas de los denominados géneros populares, reenderezaban su mirada. Los metodólogos intelectuales, a cuyo cargo estuvo la elaboración de la cartilla que brindaba las claves *Para leer al Pato Donald*, redefinían sus enfoques y comenzaban a leer de una manera distinta, aunque no por eso crítica y motivadora, para tratar de demostrar de manera empírica, que en los géneros masivos se daba un entrecruzamiento con la cultura popular.

Dorfman, como un adelantado, declaraba sin ambages en *Reader's nuestro que estás en la tierra* que la denominada subliteratura (insiste el hombrecito en apostrofar) constituía "el desafío central de nuestra época", mientras su hermano de leche Armand Mattelart, en compañía de su mujer, mi amiga Michelle Mattelart, se trasladaban al Brasil para estudiar con detenimiento y en el propio terreno la ficción brasileña en *El carnaval de la imágenes*. Gübern hacía lo propio en España, mientras el Cronopios

Julio Cortázar, producía su propio comic's, teniendo como figura principal al célebre *Fantomas*. Jorge González en México abría una rica veta de exploración y Jesús Martín Barbero en Colombia encuadraba el análisis dentro de una perspectiva más amplia a la que pertenece el género: el melodrama en todas sus variantes. A partir de entonces y ante los centenares de estudios que han venido apareciendo a lo largo de estas dos décadas, los géneros populares dejaron de ser mal vistos. Se salvaban de la hoguera. Por fin se entendía que las telenovelas ameritaban otro acercamiento analítico.

Algunos estudiosos, pegados de la falda del nuevo paradigma analítico del receptor activo, entusiasmados hasta el delirio, llegaron al exceso de afirmar, que las telenovelas ejercían ninguna o muy poca influencia entre sus millares de voraces seguidores. Se incurrió en el delito de siempre: liberar a los medios de todo tipo de influencias como han venido sosteniendo el grupo de los integrados, para utilizar la expresión de Umberto Eco. Como esto último es historia superada, creo que no hace falta detenerme en este paraje. Las telenovelas están impregnadas de ideología e inciden sobre el *imaginario*. Contrario a lo que piensan algunos ilustres merendengues de las ciencias sociales, las ideologías no han muerto, continúan vivitas y coleando. Tampoco puede pasarse por alto que las telenovelas responden a ciertas concepciones de clase, aunque es legítimo también dejar sentado que la temática abordada, las nutre de un carácter transclasista. A partir de entonces pudo avanzarse a paso firme. Se produjo una doble impugnación. Se asestó un duro golpe al reduccionismo económico y al reduccionismo de clase, que limitan todas las formas de luchas sociales solo al ámbito del conflicto de clases.

Una de la revelaciones más importantes fue la aceptación unánime de que las telenovelas, aún contaminadas por el mercado, poseen una enorme capacidad de seducción y fascinación y

constituyen, pese al criterio de algunos iluminados, una propuesta cultural y artística valiosa. Los estudiosos de la cultura popular a tiempo pudieron subrayar que el *imaginario*, materia prima sobre la cual trabajan los creadores, constituye una dimensión activa y esencial de toda práctica social. Lo que muy pocos han querido entender es que la industria mediática es un sistema que además de fabricar productos y elaborar mercancías, a diferencia de las otras ramas de la industria, tiene la virtualidad de producir sentido, segregar ideología y generar consenso. Esto radica su peculiaridad.

Se daba fin al regateo. Por primera vez se reconocía a los guionistas de telenovelas el estatuto de auténticos creadores. Con una enorme capacidad han convertido el lenguaje de las telenovelas en un lenguaje muy afín al cine. Debido a los rasgos heredados del folletín y las radionovelas, sin lugar a dudas, se trata de un producto pre y post-moderno. Aunque lo más valioso de todos estos descubrimientos lo constituye el hecho de elaborar una propuesta que para algunos analistas se trata de la revancha de la cultura popular, en tiempos de globalización galopante. Las telenovelas relocalizan, destacan y reiteran los rasgos propios de la cultura local y su entorno inmediato. En eso descansa la eficacia seductora y emblemática de esta golosina audiovisual, para utilizar la metáfora de Ignacio Ramonet.

II

Con cierto interés y motivado por el despliegue publicitario que precedía su presentación, pude acompañar un gran trecho de la exhibición de *La Caponera*, (Margarita Rosa de Francisco). Sin



embargo, rendí mi rey. Imposible asimilar su lenguaje procaz. Por mucho que quise no pude concentrar mi interés en los juegos de gallos, aun cuando fueron mi pasión adolescente. No sé si el maestro Juan Rulfo hubiese estado de acuerdo con la puesta televisiva de *El gallo de oro*. Como ocurre en numerosas ocasiones, la versión visual empobrece la propuesta literaria. Aunque es justo reconocer que en muchas ocasiones sucede lo contrario. Puzo debió sentirse feliz con la propuesta cinematográfica de *El Padrino*, así como García Márquez piensa que *Cien años de Soledad* desmerecería en la pantalla. Todo es cuestión de opiniones, como dicen los locos de hoy.

Como la crítica llovió pareja mientras transcurría la presentación de *La Caponera*, me sentí relevado de la obligación de sumarme al grueso de los contrincantes. Entonces, se preguntaran un tanto curiosos ustedes, ¿por qué traer a mención esta telenovela? Por dos razones. La primera tiene que ver con el sentimiento de uno de los grandes guionistas de telenovelas y uno de los padres del *Cinema Novo* brasileño, Glauber Rocha. Sin ningún miramiento, el escritor brasileño deja sentada su posición (la comparto plenamente y espero que ustedes también.) Rocha desata los nudos de la vieja y estereotipada fórmula de considerar al artista como padre del pueblo. Destripa sin miramientos la afirmación de que *"la palabra de orden es hablar con simpleza para que el pueblo entienda"*. No solo con simpleza, ¿también de una manera vulgar? Pienso que no. Continuar manteniendo esta posición para Glauber Rocha, significa *"una falta de respeto hacia el público, con todo lo subdesarrollado que este pueda ser, crear cosas simples para un pueblo simple. El pueblo no es simple. Aun siendo enfermo, hambriento y analfabeto, el pueblo es complejo. El artista paternalista idealiza los tipos populares como sujetos fantásticos que aun en la miseria poseen su filosofía, y pobrecitos, tienen solo la necesidad de formarse un poco de conciencia política a fin de que puedan de un día a otro invertir el proceso histórico"*. Este es la primera falacia que había que disipar.

Para comprender en toda su dimensión la puesta en escena de *La Caponera* hace falta también entender en segundo término, que la telenovela como producto de la cultura masiva, responde a la lógica envolvente del mercado. En una época en que la mercadotecnia marca el pulso de nuestros días, se fabrican productos culturales para todos los gustos, edades, culturas, y estratos socioeconómicos. Con esta misma lógica opera la programación televisiva. Las telenovelas responden a la estratificación de las audiencias. Se fabrican al gusto y a la medida de determinados sectores socioculturales y se pasan por la televisión en un

determinado horario obedeciendo a este criterio. Este el segundo motivo por el cual vale la pena traer colación esta telenovela colombiana. Su producción ha sido calculada para una determinada audiencia. Su inclusión en la franja horaria de los canales de televisión responde a esta realidad inobjetable. Fue pensada para determinado público. Nada queda al azar. Nunca como ahora la creación televisiva responde en cada una de sus pausas a las leyes del mercado. La duración de la telenovela, su lenguaje y su clímax responden a necesidades de orden mercantil. De antemano han sido pensadas teniendo en mente una determinada audiencia.

En un país como el Brasil, *Rede Globo* cuarto *network* del mundo, tiene calculado de antemano que tipo de telenovelas programar para que tipo de audiencia. *La Caponera* en Colombia, fue pensada para un público latinoamericano machista, que se embriaga todos los días, a quien le resulta incapaz hablar si no es de manera soez. Una telenovela para hombres muy hombres. Capaces de compartir el amor de una misma mujer. Como dice la canción que programan algunas radioemisoras nicaragüenses: "*Que me la pegue pero que no me deje*". Ese hábitat de cornudos complacientes (Dionisio Pinzón y Lorenzo Benavides), es recreado a lo largo de esta propuesta televisiva. Se pasea a sus anchas sobre un mundo muy nuestro con una enorme desfachatez. En eso radica su éxito. Aunque su simpleza quiera aparecer como una virtud, se trata de revolcarnos en nuestra propia mierda. Lacras y excrecencias sociales de las que queremos limpiarnos, aparecen recreadas, dándoles un aire de falsa autenticidad. En esto empalmo con las preocupaciones de Glauber Rocha. No siempre la simpleza posee la fuerza del encanto, aunque es encantador reconocer el enunciado de Flaubert de que "*escribir sencillo es difícil*".



III

Nicaragua es un país telenovelerero. Los resultados de la última encuesta realizada por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Universidad Centroamericana así lo ratifica (Managua, 12 de julio de 2001.) Es el plato predilecto de entretenimiento que sirve el menú televisivo local. Aparecen colocadas en segundo lugar de consumo (28.9%.) En el primer renglón figuran las noticias (40.3%.) En pantalla están presentándose en la actualidad 18 telenovelas. El Canal 2 que ostenta el primer lugar de preferencia entre la audiencia capitalina (77.8%) satura su programación de telenovelas (8 en total en el mes de agosto.) El Canal 4 y el 12 tienen 4 telenovelas cada uno en pantalla y el Canal 10 está presentando 2. *Terra Nostra* acaba de cederle el paso a *Lazos de familia* que despuntó el 8 de agosto en el horario estelar de las 9 de la noche.

En la encuesta de la Facultad de Comunicación de la UCA aparece en el sitio de honor *Yo soy Bety, la fea* (47.8%), seguida de

Terra Nostra (12.4%.) La ubicación de ambas telenovelas es de cederle emblemática. *Yo soy Bety, la fea* ha se ha convertido en un fenómeno televisivo latinoamericano. Invadió con igual ímpetu el mercado norteamericano. Nada novedoso si tomamos en cuenta que las telenovelas brasileñas invadieron continentes desde hace casi dos décadas. El fenómeno de *Yo soy Bety, la fea* es explicable. Los ejes discursivos y los personajes que encarnan las distintas actrices y actores contribuyen a darle ese sabor especial. Se trata de una variante de la farsa. Todo cuanto acontece esta impregnado de cierta falsedad. Fiel a la postmodernidad, lo que importa es la apariencia, no el ser. Por todos lados soplan aires de grandeza. Fingir se convierte en un arte redituable así en la política como en las telenovelas.

El triunfo rotundo de *Yo soy Bety, la fea* obedece a la manera en que la narración asume los componentes básicos a partir de los cuales se sazona una telenovela, con un agregado importantísimo: la heroína de la novela no es una mujer guapa, escultural, dotada de una belleza seductora o de un escalofriante *sex appeal* a lo Ursula Andress. Todo lo contrario, su apariencia física entona con el título de la obra. La lección que se desprende es fácilmente captada por millares de mujeres de este continente que hasta la fecha no se les ha hecho justicia: su encanto mayor, su enorme poder seductor, radica en su talento, en su ingenio, en sus conocimientos, en su pragmatismo y en su deseo de triunfar basándose en la creatividad, desenvoltura, pasando por alto su falta de atractivo físico.

Yo soy Bety, la fea retoma el viejo tema en la literatura universal, el eterno encuentro y desencuentro entre la bella y la bestia. Pero lo supera. Destila humor. Con una pobre actuación de actores y actrices. Tiene otra intencionalidad. Señala un camino. Su preocupación no es únicamente amorosa. Procura demostrar que para salir adelante no se necesita poseer unas bonitas piernas, tener una cara preciosa y un culito respingón. Con talento y decisión basta.

Se pretenda o no, se trata de un merecido homenaje a millares de mujeres que por falta de atributos físicos esculturales, quedan relegadas al olvido o son enviadas a cargos de tercera o cuarta categoría, cuando en verdad deberían estar ocupando la posición del jefe.

En Yo soy Bety, la fea se retoma lo que ya había hecho propio la telenovela brasileña: las actrices y actores dueños del drama, son personas corrientes, aquejadas de dolores, indecisas. No se trata del galán o la actriz despampanantes. Son seres de carne y hueso similares a nosotros. Cargados de envidia, aquejados por el apetito del triunfo, chismosos y altaneros cuando hay que serlo. Dotados de un arte especial para fingir riqueza en donde no hay otro deseo que el de triunfar a cualquier costo. Bety transgrede las reglas. Muestra a las mujeres posibilidad del triunfo cuando se sabe ser tenaz. Ratifica el viejo axioma de que saber y poder marchan de la mano.





La contracara de ambas producciones colombianas es *Terra Nostra*. Me detuve a degustarla paso a paso. La paladeé como un buen vino italiano y la degusté con la misma pasión con que asumo la lectura nuestra de todos los días. En un ritual inevitable todas estas noches a las nueve en punto encendía mi televisor para seguir con deleite primerizo, cada uno de los capítulos de esta producción brasileña. Volví a ratificar que la telenovela continúa siendo el único remanso que asume como discurso público sin sanción previa el tema de la paternidad. En el caso del hijo bastardo (Gumerindo-José Arceu) el discurso científico se apropia del tema para cuestionar la paternidad irresponsable, el discurso jurídico para castigarla y el discurso moral de religión con el fin de reordenarla. Ninguno de estos ángulos importa a la telenovela. En eso radica el secreto de su éxito. Desde *El derecho de nacer* hasta nuestros días.

Terra Nostra, pese a reiterar y airear viejos temas lo hace con un estilo depurado. La fotografía es espléndida. La trama discursiva cerrada. Todo gira en torno a la familia. Aunque el drama amoroso sirve como pretexto de fondo para recrear diversas historias que al final es una sola. La unidad discursiva la impone la centralidad de la familia como el eje a partir del cual rotan todas las historias condensadas en esta producción. Los temas son abordados a partir del cartabón heredado como sello de marca por *Globo* del folletín y de las radionovelas. Su esquema inexorablemente es el mismo de siempre. No cambia. Permanece constante. Los temas abordados giran sobre un mismo eje. Pocas veces es saltado.

En *Terra Nostra* el festín que nos dimos fue apetitoso y voraz. Toca de nuevo el enfrentamiento de clases. Se burla de las ideologías. Matéu dice ser anarquista pero cuando se le interroga sobre los alcances de esta expresión no alcanza a descifrarla. Lo hace de soslayo. Sus arengas a la entrada de las fábricas hablan por si solas. Se sitúa en el tema de el hijo producto de la violación y el canje. Destaca la migración italiana hacia el Brasil en el siglo XIX. La paternidad ocultada al hijo. ¿No es así José Arceu? El abandono de la esposa por otra mujer más joven y atractiva (Francesco-Madame Janete y Paola) El precio que debe pagarse para subir en la escala social. Matilde con tal de no continuar siendo una criada, desea desposarse con cualquiera con tal de llegar a ser patrona. Los celos (Marco Antonio-Matheu-Juliana-Rosana), la infidelidad (Francesco-Paola, Hortensia-Amadeu), los amores ocultos (Janete-Josué), los crímenes pasionales (Amadeu-Español.) La sujeción, la violencia intrafamiliar, el sufrimiento de la esposa y la violación de la esclava (María del Socorro y la negra Naná.) La baja del café y sus consecuencias negativas para la economía brasileña. La abolición de la esclavitud y la búsqueda del voto femenino, impulsada por Augusto debido a la presión de su mujer (Angélica). La separación y el reencuentro del padre con la hija (Gumerindo-Rosana).

También aborda de manera frontal el eterno conflicto familiar de la hija desconocida por haber retado su autoridad (Rosana) y el bastardo reconocido (José Arceu), por el mismo padre. Los amores intespectivos entre la criada y el rico, la católica y el judío (Florinda-Bruno). El amor lo puede todo. Barre las distancias sociales y las diferencia religiosas. Vuelve posible lo imposible. ¡Y es verdad! Aparece dibujada la figura fascinante del compositor (Bartolo), cuyo liderazgo entre los inmigrantes italianos, lo muestran como un hábil negociador. El *gigoló* convertido en el *bonus pater familia* (Marco Antonio). La institución del compadrazgo. Gumerindo hace su compadre a Bartolo, como una manera de ratificar el aprecio y la amistad verdaderas. En *Terra Nostra* una vez más queda demostrado, que nadie ha contribuido tanto al tema de la integración racial en el Brasil, como ha sabido hacerlo las telenovelas. La convivencia plena entre negros y blancos es uno de sus temas favoritos. En una sociedad en donde los negros constituyen una mayoría (Francesco-Julio), como una manera de saltar y terminar con uno de los prejuicios sociales más indignos de nuestra época. En donde, además, la desigualdad económica, cultural y social, marca la tónica del desencuentro humano.

Terra Nostra es la telenovela prototípica. Cierra su discurso con el anhelado *happy end*, cuya virtud catártica y de ensoñación comparten todos los viciosos del género. En el *happy end* se disuelven como por arte de magia todas las contradicciones. Desaparecen las desigualdades de cualquier género o especie. Los sueños como pensaba Calderón de la Barca, dejan de ser sueños para convertirse en una realidad paradigmática, buscada y anhelada. Al final cada cual recibe la compensación trazada en sus noches de insomnio y en sus días brumosos. A los fieles creyentes satisface sus caprichos: al final, para su goce y regocijo, todas las mujeres resultan preñadas. Todo es felicidad. Hay olvido y perdón. Todo es dicha y alegría. Así sea por los siglos de los siglos. Amén.

La constante académica

Una misión compartida

I. Entre la aldea global y la aldea corporativa

En el momento en que las comunicaciones ensanchaban sus dominios hasta abarcar la totalidad del universo, con una enorme visión de futuro, la Compañía de Jesús decidió fundar al despuntar los noventa, la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Un acontecimiento histórico singular. La Universidad Centroamericana (UCA), se colocaba de esta manera, a la cabeza de las demás instituciones académicas de Nicaragua en la formación educativa de los cuadros profesionales que la nueva realidad del país y los nuevos derroteros de la comunicación nacional e internacional demandaban. Lo hizo en el mismo instante en que un nuevo discurso irrumpía por el mundo, cuando se multiplicaban por el orbe, los cánticos de otro acontecimiento singular: la expansión acelerada de las megafusiones. La metáfora macluhiana dejaba de tener sentido y la *Aldea Global* se convertía en una auténtica *Aldea Corporativa*.

Colocados en el filo de los diez años de la creación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, contrario a lo que piensan algunos, se torna imperioso volver nuestra mirada hacia atrás. A nosotros no nos atormenta el pasado, ni nos asusta o sorprende el nuevo panorama que se abre ante nuestros ojos. Un balance preliminar arroja como resultado un conjunto de aciertos y un saldo positivo acumulado. El ejercicio crítico permanente ha permitido rectificar fallas y enmendar errores. Durante la década de los noventa nuestra trayectoria ha sido la del ascenso constante. Desde que insurgimos a la vida educativa nacional, sobre la base de una concepción humanística, el crecimiento y consolidación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación ha sido permanente.

Al hacer el recuento preliminar de estos primeros diez años, no lo hago sólo para evidenciar los logros alcanzados. Por el contrario, nuestra intención está orientada a reconocer los aportes recibidos por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de parte de diversos sectores de la sociedad nicaragüense. La culminación exitosa de nuestras metas se debe fundamentalmente al apoyo recibido de diversas instituciones. La primera y más importante ayuda provino de las autoridades universitarias de la UCA. En un segundo término, logramos ganar la confianza de los distintos medios de comunicación social y finalmente, el impulso sostenido del trabajo cumplido, se debe al esfuerzo compartido de sus catedráticos y personal administrativo.

La Facultad de Comunicación ha pasado a lo largo de estos diez años por tres etapas claramente diferenciadas. Lo primero que hicimos fue desmontar la propuesta educativa de la Escuela de Periodismo. Las nuevas circunstancias políticas, económicas, sociales y culturales por las que transitaba el país, exigían una nueva propuesta acorde con el desarrollo vertiginoso que experimentaba la comunicación en Nicaragua y el mundo. Estábamos en el deber

de ganarnos el *derecho a la existencia*, en reanimar o revivir a una moribunda, como se lo hice ver al padre César Jerez. Para conseguir este objetivo, acordamos reformar un *pensum* de estudios que respondía a la necesidad de formar profesionales para una Nicaragua en guerra. Con una hiperpolarización galopante, se requería crear también un *Consejo Asesor* conformado por dueños, directores y periodistas de todas las tendencias que teñían el horizonte político nacional. Se necesitaba contratar nuevos profesores y solicitar el apoyo abierto de todos los medios de comunicación social del país.

El segundo momento lo orientamos a ganarnos el *derecho a la credibilidad*. Nuestros pasos estuvieron encaminados a formar, en el más breve plazo, profesionales del más alto nivel académico. El lema con que lanzamos nuestra propuesta educativa requería cobrar sentido y vigencia. El país precisaba de profesionales comprometidos con la excelencia académica. Dispuestos a obtener resultados concretos y visibles, decidimos lanzarnos a copar los espacios que nos brindaban distintos medios de comunicación. Teníamos que mostrar sobre la base de la práctica, que los jóvenes universitarios formados en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, contaban con el rigor académico y las credenciales suficientes, como para abrirse campo y hacerse cargo exitosamente de las diferentes responsabilidades que les fueran confiadas.

Teníamos que convertir nuestra debilidad en fortaleza. No contábamos con la infraestructura técnica requerida. Carecíamos de los laboratorios más elementales. Como contrapartida y para remontar la adversidad, ensayamos la celebración de los primeros convenios de prácticas profesionales. Esta determinación estaba orientada a pulir la formación profesional de nuestros alumnos y demostrar a los nicaragüenses, que podían confiar en la capacidad académica de la nueva generación de jóvenes profesionales. El tiempo ha venido a darnos la razón.

La tercera etapa está signada por la revisión, el desarrollo y el crecimiento de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Establecido el liderazgo de nuestra facultad, afianzada la competencia técnica y el rigor profesional de nuestros graduados, con una infraestructura técnica propia y con nuevas demandas en el horizonte de la comunicación nacional, para poder continuar ejerciendo este liderazgo, la Facultad de Ciencias de Comunicación debe asumir sin dilaciones y con el apoyo franco, abierto y decidido del equipo de la Rectoría de la UCA, tres objetivos concretos:

primero, fortalecer con celeridad su cuerpo de profesores,

segundo, impulsar hacia el exterior, un agresivo programa de capacitación profesional de sus actuales cuadros profesionales y

tercero, abrir los postgrados que tanta falta hacen al país.

Estas siguen siendo nuestras preocupaciones puntuales. La posibilidad de alcanzar estas metas, dependerá en gran parte de la ayuda que recibamos de la comunidad universitaria, del apoyo que nos brinden las instituciones internacionales y de la apertura y confianza que continúen mostrando en nuestro proyecto académico, los dueños y directores de los diferentes medios de comunicación social, así como también de la receptividad que muestre el periodismo nacional. Esperamos que esta ayuda llegue pronto. Los posgrados en el área de comunicación, son de una necesidad inaplazable para Nicaragua.

II. Una distinción emblemática

El otorgamiento de las distinciones establecidas por la Facultad de Ciencias de la Comunicación, durante el año 2000, tiene un significado emblemático: coinciden con el *Décimo Aniversario* de su creación. Ante esta circunstancia realizamos una escogencia que estuviese a tono con la naturaleza festiva de este acontecimiento. Todas las personas distinguidas, absolutamente todas, por uno u otro motivo, están vinculadas con el discurrir académico de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Unas en calidad de benefactores, otras en su condición de profesores y algunas en su momento en su carácter de alumnos distinguidos.

La selección de sus nombres estuvo motivada, por su valiosa contribución al desarrollo de la comunicación nicaragüense. La entrega de distinciones se hizo bajo el convencimiento de que cada homenajeado tiene sobrados motivos para recibir este reconocimiento, como compensación a la labor desplegada en su campo profesional. Por distintos motivos o por razones del oficio, me encuentro vinculado con todos los galardonados.

A. El publicista y su magisterio

Soy de los que piensa que en Nicaragua los reconocimientos a veces no llegan, y cuando llegan, lamentablemente llegan tarde. Los merecimientos del licenciado **Juan Bosco Parrales** lo hacían acreedor de esta distinción desde hace mucho tiempo. Con treinta y nueve años de un ejercicio profesional envidiable, expuesto a la luz pública a través de una trayectoria que se inicia en México, en donde fue formado por los jesuitas, **Bosco** despunta como profesional en



1961. Su primer trabajo estuvo vinculado en el área de investigación de mercado con la firma *Darcy Advertising*.

A su regreso a la Nicaragua natal, conforma junto con Samuel Santos y Ronald Abaunza, su primera compañía, *Publicidad y Mercadotecnia* (1963), entidad que lo retuvo hasta 1967. Luego despliega un amplio abanico de posibilidades. En *Publisa* (1967-1973) se distingue por su capacidad creativa. En *Istmo Publicidad* (1974-1979) ratifica su calidad profesional. A partir de 1979, Bosco demuestra que puede ejercitarse con igual maestría tanto en la radio como en la televisión. A raíz del triunfo de la revolución sandinista, pasa a formar parte del *Sistema Sandinista de Televisión*, (SSTV). Después volverá a lo suyo, a trabajar durante un año en la publicidad estatal. Debido a su versatilidad y capacidad profesional, le confían la Dirección General de la *Corporación de Radiodifusión del Pueblo* (CORADEP).

En 1988, cuando el país se abre a otra realidad, regresa de nuevo a la publicidad estatal, para después alzar campo y fundar su prestigiosa firma *JB & Asociados* en 1990. Debo ser infidente. Estoy obligado a serlo. Mi silencio se traduciría en el desconocimiento de una de las acciones humanísticas más valiosas realizadas por Bosco Parrales. Varios profesionales exitosos radicados en distintos medios de comunicación, deben a su sensibilidad, no el hecho de haberles favorecido con una beca de estudios durante la década de los ochenta. Le deben algo más trascendental, haberles convencido de la importancia y necesidad de formarse profesionalmente. Tuve la dicha de trabajar a su lado entre 1985 y 1990 y recibir su influencia y magisterio.

B. Como el pez en el agua

José Esteban Quezada cubre el último cuarto de siglo en la radiodifusión nacional. Junto con William Ramírez tuvieron el acierto de fundar el Noticiero *Sucesos* en 1973. A mediados de los noventa, fundarían Radio 580. *Sucesos* inicia sus transmisiones el



mismo año en que Ricardo Morales Avilés, cuyo nombre lleva la *Jornada Académica* más importante de la Facultad de Comunicación, inicia su despegue a la posteridad. *Sucesos* nace el mismo año en Ricardo Morales Avilés, catedrático universitario, dirigente político, prologuista de *El Canto Nacional* de Ernesto Cardenal, el poeta y ensayista, se convierte en una auténtica gloria nacional. José Esteban logra convertir a *Sucesos* en el primer radio-noticiero del país. Desplaza del primer lugar de la audiencia nacional, al Noticiero *Extra* de Rolando Avendaña Sandino. En 1974 Quezada se queda íngrimo ejerciendo su oficio radial. William Ramírez se incorpora de tiempo completo a la lucha guerrillera en la montaña.

El terremoto forzó a la *Corporación* a abandonar la *Calle Candelaria*, pasando a instalar sus estudios temporalmente en *Bello Horizonte*. Para entonces el liderazgo de la *Corporación* es indiscutible. En un relevo magistral sobrepasa a la *Mundial*. Para esa época de mi vida, el periodismo ya había logrado seducirme. Por las tarde cada vez que mis estudios universitarios me lo permitían, ayudaba a Quezada a preparar la audición vespertina de *Sucesos*. En un movimiento esperado, la *Corporación* se instalará para siempre en Q-20, en *Ciudad Jardín*. El *Gordo* Quezada para entonces se había convertido en un auténtico empresario radial. Instala *Sucesos* en la Casa Q-25, desde donde tiene luz verde para interrumpir las transmisiones de la *Corporación*, cada vez que lo considere oportuno.

Sus entrevistas con el General Anastasio Somoza Debayle cobran notoriedad. La vez que el *Gordo* increpa a Somoza Debayle diciéndole que "*la suya es una democracia que chorrea sangre*", Somoza queriendo ofender a Quezada le llama "*Gordo*". ¡Gran ofensa! Tal vez el dictador no sabía u olvidaba que esta es la manera cariñosa en que le llamamos sus amigos. Pero cuando una veintena de periodistas levantan la mano para interrogar al Titular del

Ejecutivo, Somoza Debayle sorprende a los presentes al otorgar primero la palabra a Quezada, expresando en voz alta: "*vos sos mi reporter predilecto*". ¿Así fue que te dijo Gordo?

El 22 de agosto de 1978 me encontraba con Quezada en su cuartel general, en Q-25 en *Ciudad Jardín*. Desde el Palacio Nacional recibió una llamada de Filadelfo Martínez informándole que un comando guerrillero sandinista se había tomado la Cámara de Diputados y la Cámara del Senado. Una verdadera primicia. ¡*La das o la das! ¡Gordo reventá la chimbomba!* me atrevo a decirle. Establece el puente con Q-20. ¡*Sucesos* se apunta una más a su favor! Estremece a Nicaragua con la noticia de la toma del Palacio. Las represalias vendrían minutos después. Antes de irme de la sede de *Sucesos*, ensayamos con el *Gordo* la coartada: la noticia había sido obtenida a través del monitoreo a la policía. Una tremenda insensatez.

El *Gordo* no escarmentaba. Todavía dos o tres días antes de que Somoza Debayle abandonara el país bajo el asedio guerrillero, le interroga con cierto desparpajo, como si en esa pregunta no se le iba la vida, ¿*General, ya puso la renuncia?* Una osadía que en tiempos de guerra equivale a ponerse la soga al cuello. Cuanto razón asiste a Gabo. El periodismo sin lugar a dudas, es el oficio más bello del mundo, pero también el más audaz y temerario.

C. Una feminista radical

Sofía Montenegro ha sido fiel a sus principios. Militante radical, en una época en que la credibilidad está desfondada, uno podrá estar o no de acuerdo con sus planteamientos. Disentir de sus posiciones. Pero en lo que sin duda alguna todos estaremos de acuerdo es que Sofía conjuga en todos sus tiempos y modalidades, su prédica con su práctica. Pionera en los estudios de género,



feminista de tiempo completo, no hace concesiones a expresiones que a su gusto parecen lesivas a su manera de ver y entender el mundo. Miembro del grupo fundador de *Barricada*, fundadora y directora de la revista *Gente*, logró establecer un magisterio visible, persistente, alrededor del grupo de jóvenes que le rodeaban. ¿No es así, Mildred?

Al hacerme cargo de la decanatura de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, la invité a impartir la Cátedra de *Género y Comunicación*. Muchas de sus discípulas de ahora me cuestionaron entonces. También consideré oportuno junto con Carlos Fernando Chamorro, confiarle la dirección ejecutiva del *Centro de Investigaciones de la Comunicación* (CINCO), una institución que creí necesaria fundar desde que cursaba mis estudios de postgrado en comunicación en México. Al abrirse un nuevo capítulo en Nicaragua en 1990, pedí al *Negro* Alejandro Bravo me hiciera el grandísimo favor de realizar los trámites para la creación de CINCO ante la Asamblea Nacional.

Ganadora del *Premio Latinoamericano de Periodismo José Martí* (La Habana, 1987), investigadora, ensayista, pero sobre todo escritora, tres libros colocan a Sofía en la avanzadilla del movimiento feminista nicaragüense, *Mujeres, medios de comunicación y política* (1997), *El movimiento de mujeres en Centro América* (2000) y *La Cultura Sexual en Nicaragua* (2000). Controversial y polémica, seguirá siendo hasta la consumación de los siglos, un firme puntal en los estudios de la comunicación y género en Nicaragua. Una investigadora cuyo aporte más valioso desde su perspectiva académica, ha consistido en resituarse en su justa dimensión los estudios de género, en un país que rezuma machismo por todos sus costados.

D. El periodista en su medio

Los comunicadores en Nicaragua deben a **Guillermo Cortés Domínguez** la fundación de la revista *Medios y Mensajes*. Cortés Domínguez convocó con entusiasmo hace nueve años a los



periodistas nicaragüenses, para reiterarles sobre la necesidad de la creación de una revista que asumiera el análisis e investigación de los problemas de la comunicación contemporánea. En un país en donde el término de vida de una revista es limitado, Cortés Domínguez ha persistido en su propósito de mantener con vida a este medio impreso, dedicado al abordaje y discusión de los problemas de la comunicación nicaragüense.

Debo confesar, sin embargo, que para mí, la acción que lo proyecta de manera vigorosa hacia el resto de la comunidad nacional, ha sido su empeño desmedido por conseguir que en la *Ley de Derechos de Autor* se incluyera un capítulo especial para garantizar los derechos de autor de los periodistas. Una iniciativa valiosa y pertinente. A Cortés Domínguez se debe también la propuesta del primer *Proyecto de Código de Ética Profesional de los Periodistas de Nicaragua*. Junto con Olga Moraga, José Torres, Xiomara Chamorro, Rodolfo Tapia Molina, Darwin Juárez, Ofelia Morales, Mario Fulvio Espinoza y William Briones, lograron formular una propuesta que sigue teniendo una permanente actualidad y cuyo alcance y contenido urge concretar en la práctica.

La característica más sobresaliente de Guillermo Cortés Domínguez, su rasgo distintivo, lo que para mí lo define, lo encierra su compromiso total con el periodismo nacional. Autor de *La Lucha por el poder* (1990), *Miami: secretos de un exilio* (1986), periodista de pies a cabeza, ha persistido en su propósito de mantener, jueves a jueves, una columna en *El Semanario*, tarea a la que se dedica desde 1994. Tratando de aprovechar de la mejor manera sus méritos profesionales, ha sido incorporado como parte del cuerpo de profesores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.



E. La apuesta por el cambio

A la Facultad de Ciencias de la Comunicación le unen lazos especiales con **Francisco Chamorro García**. Durante los últimos años Chamorro ha demostrado una enorme apertura con los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social. Su apoyo viene a sumarse a la acogida que han brindado a nuestros alumnos el Ing. Xavier Chamorro Cardenal y el Dr. Danilo Aguirre Solís. Creyente de la necesidad de inyectar sangre nueva al periódico, ha terciado ante la dirección de *El Nuevo Diario*, señalándole la conveniencia de incorporar en su cuerpo de redacción, a jóvenes que todavía cursan sus estudios en esta facultad para que lleguen a foguearse con el cuerpo de veteranos que conforman el *staff* de ese prestigioso medio escrito.

Desde su cargo de Editor, después como Jefe de Información y luego como Subdirector de *El Nuevo Diario*, Francisco ha propiciado un acercamiento altamente positivo para el desarrollo profesional de nuestros alumnos. El éxito de una empresa educativa se debe a la confianza que logren depositar en ella las empresas

informativas. Durante la última etapa *El Nuevo Diario* ha sido uno de los medios que más ha confiado en las propuestas de candidatos que le hemos ofrecido para que lleguen a laborar a ese medio. Francisco se ha convertido en un puente permanente entre la dirección de *El Nuevo Diario* y la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Esperamos continuar recibiendo su apoyo, a través de un mayor estrechamiento con nuestra institución académica.

Convencido de la necesidad de impulsar cambios en el más corto plazo, Chamorro ha pasado a ser un factor clave en la discusión que se ha abierto en *El Nuevo Diario* sobre la urgencia de encaminar sus pasos sobre nuevos derroteros. Una necesidad apremiante, sobre todo para un medio de comunicación, en permanente disputa por el primer lugar de aceptación ante la opinión pública nacional.

F. Nacida para las cámaras



Desde que sentimos la obligación honrosa de otorgar reconocimientos a los comunicadores más destacados del país, decidimos incluir en la premiación, a los jóvenes que hubiesen hecho mérito a lo largo de la década de los noventa. Esta determinación sirvió para que en el primer acto de premiación durante la *Jornada Académica Ricardo Morales Avilés*, celebrada en 1995, incluyéramos los nombres de Fabián Medina y Edgar Rodríguez. Dos jóvenes que desde las aulas universitarias, sentaron sus nombres y se abrieron paso en el periodismo nacional.

En aquella ocasión (1995), los dos homenajeados formaban parte de una generación de estudiantes que habiendo ingresado a la universidad en 1988, su trayectoria profesional los colocaba en un lugar destacado. A esta misma generación, de ese mismo grupo de jóvenes talentosos, emergió **Ericka Ramírez**. Siguiendo la ruta impuesta por todos sus compañeros de aula, Ericka Ramírez decidió abrirse espacio en la televisión nicaragüense. Siendo alumna de tercer año empezó a escalar posiciones. Supo aprovechar al máximo sus prácticas en el Canal 6. En esta estación permaneció durante tres años (1990-1992), hasta completar el ciclo de su formación profesional en el ámbito de la televisión.

A partir de su experiencia en el Canal 6, Ericka estaba convencida de que sabría enrumbar sus pasos en la dirección que mejor creyera conveniente. En 1992 decidió marcharse a *Extravisión* a continuar puliendo su formación al lado del veteranísimo Manuel Espinoza Enríquez, con quien permaneció hasta 1996. Durante este mismo año, Mariano Valle Peters le hizo la oferta de su vida. La invitó como conductora del programa *Noticias 12*, en donde ha demostrado seguridad y maestría. Ericka es la cuarta profesional de su promoción distinguida por la Facultad de Ciencias de la Comunicación. El tercero fue su compañero de estudios, el licenciado Alfonso Malespín.



G. El bisoño dejó de serlo

Tengo por norma impartir clases a los estudiantes de primer ingreso. Esta determinación me permite tomar contacto directo con todos los jóvenes recién ingresados a la Facultad de Ciencias de la Comunicación. En 1992 tuve el privilegio de tener como alumno a **Eduardo José Marengo**. Formaba parte de un grupo entusiasta bajo cuyo impulso se fundó *Alma Mater*, un tabloide surgido de sus inquietudes y desvelos. Junto con Eduardo formaban un grupo sólido Rolando Cruz Gutiérrez, Pablo Coca, Karla Marengo, Gustavo Alvarez, el poeta Luis Duarte y el cronista deportivo Isaac Espinoza. Su mayor aspiración consistía en hacer perdurar para siempre su propuesta informativa. Soñaban convertir *Alma Mater* en un medio de circulación nacional. Por distintas circunstancias el grupo se disolvió y en uno de esos arrebatos, Eduardo Marengo decidió abandonar las aulas universitarias. Para entonces ya había tenido el

honor de impartir clases a Miguel Alvarez, Oliver Bodán y Pablo Coca.

Cuento todo lo anterior, porque hace tres años, cuando todos ellos se habían ausentado para siempre de la universidad, creí una obligación moral hacer un llamado personal a Eduardo Marengo, Pablo Coca, Oliver Bodán y Miguel Alvarez, invitándoles a retomar a las aulas universitarias. Pedí afectuosamente a la licenciada Wenceslao Pérez Canelo, hiciera un estudio especial su situación académica y le orienté, brindarles todo el apoyo necesario. De los convocados sólo Miguel no acudió al llamado. Eduardo, Pablo y Oliver regresaron de nuevo a las aulas. De los tres, únicamente Eduardo persistió hasta el final.

Las aulas de la Facultad de Ciencias de la comunicación, siguen esperando a que Pablo Coca, Oliver Bodán y Miguel Alvarez, se decidan de una vez por todas a completar sus estudios universitarios. Eduardo lo ha hecho de manera exitosa, como exitoso ha sido su recorrido por el periodismo nacional. Siendo aún estudiante, su nombre sonaba recio en los mentideros de la política nacional. Se ha distinguido por su constancia, valentía y audacia. Desde *La Prensa*, Marengo ha demostrado el coraje que Pedro Joaquín Chamorro Cardenal exigía como principal credencial y mayor atributo, a todos los periodistas que laboraban en ese medio de comunicación, el más antiguo del país y que el 2 de marzo del 2001, festeja sus setenticinco años de vida.

III. Una manera de honrarnos

Al aceptar esta distinción, cada uno de los galardonados honra una premiación, cuya única intención radica en reconocer públicamente los grandes méritos que asisten a quienes han contribuido de manera decisiva, a fortalecer el prestigio del periodismo nacional. Una profesión que los nicaragüenses han colocado como una de las instituciones más creíbles del país. Confiados en que todos los homenajeados continuarán desarrollando su trabajo con igual éxito, estamos seguros que su ejemplo se irradiará con renovados brillos, entre la nueva generación de comunicadores nicaragüenses.

Aceptar esta distinción, se convierte en una manera de honrar a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Centroamericana. Sobre todo y de una manera muy especial, a sus inquietos, beligerantes y controvertidos estudiantes.

La constante del cambio

El rasgo distintivo de los noventa en la Universidad Centroamericana (UCA), ha sido el de la Reforma Universitaria y de las constantes transformaciones curriculares. Los cambios y mudanzas han planteado entre otros retos y desafíos, la necesidad de asomarnos a distintas experiencias educativas y consultar a diferentes especialistas en educación superior. Entre los autores convocados, uno de los que más llamó mi atención, es el rector de Harvard, Derek Bob. Con treinta años de experiencia acumulada en una de las universidades más prestigiosas del mundo, el especialista norteamericano, afirma de manera rotunda, que las universidades lejos de ser centros de anticipación del cambio, se distinguen por su carácter de aliadas formidables del *status-quo*.

La apreciación de Derek Bob, está referida a que transformaciones realizadas en cortos períodos, en distintas instituciones, dos o tres años a lo sumo, a las universidades les llevan hasta cinco o diez años ejecutarlas. Sin embargo, nuestra experiencia en la UCA, estaría señalando lo contrario. Esta diferencia de ritmos en la ejecución de los cambios, no debe interpretarse como que nosotros seamos mejores que Harvard, únicamente manifiesta

que la apertura hacia la innovación y la transformación, se ha convertido en una de las constantes más sobresalientes del quehacer académico de la UCA.

La permeabilidad hacia el cambio, ha permitido a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UCA, mostrarse sensible y brindar acogida a las mutaciones que experimenta el mundo y especialmente la sociedad nicaragüense de finales de siglo abocados a presentar una nueva propuesta curricular que se adecúe a las necesidades del país en el ámbito de la comunicación, hemos decidido incorporar como asignaturas sustantivas para el Plan del Año 2000, el tema de la niñez, la adolescencia y juventud desde una perspectiva integral. Parte del camino que tenemos que recorrer está siendo allanado por el seminario *Derechos Humanos, Niñez, Género y Medios de Comunicación*, cuya realización se debe en gran parte, al apoyo franco y decidido que estamos recibiendo de UNICEF.

Con el ánimo de ampliar y consolidar lo que concebimos como parte de la columna vertebral de nuestro trabajo académico durante el próximo año, debo decirles que también hemos decidido otorgar una atención especial al tema de la niñez, la adolescencia, juventud y comunicación, mediante la creación de un programa de estudio especializado a nivel de posgrado. Sería el primero en su género en Nicaragua. Pienso que este es el mejor escenario y el mejor momento para dar a conocer la decisión tomada por la Facultad de Ciencias de la Comunicación, luego de sostener una provechosa sesión de trabajo con el Representante Residente de *Save the Children* Noruega, señor Sergio Daniel Kristensen.

Dos razones poderosas nos inducen a priorizar el tema de niñez, adolescencia y juventud. Una de carácter estructural, Nicaragua es literalmente un país de niños. No se trata de ninguna

metáfora. En segundo lugar, pensamos que la forma más adecuada de conmemorar los diez años de la Convención sobre los *Derechos del Niño y la Niña*, y el Primer Aniversario de la aprobación del *Código de la Niñez y Adolescencia en Nicaragua*, es ratificando nuestro compromiso académico de trabajar conjuntamente con los organismos nacionales e internacionales que de manera preferente y especializada se hacen cargo de este tema importantísimo para el presente y futuro de Nicaragua.

Soy un firme creyente de que el tema de la niñez y adolescencia se ha venido resituando y adquiriendo una importancia vital en los distintos sectores del país, gracias al trabajo sostenido, terco y perseverante que han venido implementando a lo largo de esta década, tanto las organizaciones nicaragüenses y las instituciones internacionales como UNICEF, Save the Children, conformado por Redd Barna de Noruega, Radda Barnen de Suecia y Save the Children de Canadá, entre los más destacados.

Si algo compromete la labor académica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UCA con las instituciones que trabajan con el tema de la niñez y la adolescencia, ha sido la forma en que han logrado conseguir que la sociedad nicaragüense, adquiera un alto grado de conciencia, sobre un tema que convoca al país en su conjunto. Los saldos arrojados son positivos. Uno de los mayores logros obtenidos por cada una de estas instituciones, la mayoría de las cuales conforman la *Coordinadora de la ONG que trabajan con la Niñez y la Adolescencia*, es haber visibilizado estos temas, confiriéndoles una primerísima importancia, en un país en donde el 50% de la población es menor de 15 años. Digo visibilizar, sólo para recurrir a una de las expresiones más utilizadas por estas organizaciones, cada vez que pretenden llamar la atención sobre aspectos sensibles y prioritarios, a los que la sociedad nicaragüense no le presta el debido interés.

Con la celebración del seminario sobre *Derechos Humanos, niñez, género y medios de comunicación*, (25-26 noviembre, 1999) renovamos el compromiso con todas las organizaciones que trabajan estos temas en la Nicaragua de hoy. Señalando, además, que se abrirá un capítulo especial al tema de *Comunicación y Género*, en nuestra propuesta curricular del año 2000, similar a la atención que estamos prestando ahora a los temas del desarrollo sostenible, cultura de paz, derechos humanos, políticas de población, ecología y medio ambiente.

Para el cumplimiento exitoso de estas iniciativas, la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UCA, ha contado con la ayuda del representantes de UNICEF en Nicaragua, Bernt Aasen, así como de Gloria Espinoza, oficial de Comunicación de dicha institución, cuyo apoyo esperamos se amplíe y haga efectivo, en la creación del posgrado en Comunicación, Niñez y Adolescencia. ¡Confiamos en que así sea!

Aprender a decir te quiero

En un país como Nicaragua, en el que los medios de comunicación se han convertido en una de las principales agencias de socialización contemporáneas y en donde la mitad de su población -cerca de dos millones doscientos cincuenta mil habitantes- es menor de quince años, el tema de la comunicación y la niñez, debe convertirse en un eje de reflexión permanente. Para decirlo en términos exactos, constituye un reto que deben asumir tanto los centros de formación profesional en el campo de la comunicación, como los diferentes medios de comunicación, al conferirles una atención especial, como parte de sus agendas cotidianas de trabajo.

Sobre la urgencia de articular una estrategia común que tome en cuenta los derechos y aspiraciones de la niñez y adolescencia nicaragüense, ponen el acento y llaman la atención, Xochilt y Claudia Gutiérrez, dos jóvenes profesionales recién graduadas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Centroamericana (UCA). Con una intencionalidad meridiana y un propósito explícito, sus recomendaciones aspiran por igual a que medios y centros de formación profesional incorporen sin dilaciones y modifiquen con

convencimiento de causa el tratamiento dispensado, hasta ahora, a un tema acuciante, insoslayable, absolutamente impostergable.

La amplitud y validez de las propuestas formuladas en *Aprender a escribir te quiero*, exige de medios, escuelas y facultades de comunicación social, un cambio cualitativo en el análisis, para poner en perspectiva las necesidades y aspiraciones de la mitad de la población nicaragüense, en un país en donde la pobreza tiene rostro infantil. Para validar sus propuestas, Xochilt y Claudia echan mano de las estadísticas, se montan sobre los datos. Evidencian el carácter estructural de los problemas. Para dimensionar la gravedad de los hechos, evidencian que el 80% de la niñez nicaragüense radicada en las zonas rurales son pobres y el 50% que vive en la ciudad, vive una pesadilla similar.

Con una enorme entereza, sin aspavientos ni tremendismos, en *Aprender a escribir te quiero*, Xochilt y Claudia, señalan las responsabilidades que asisten a cada uno de estos actores, para que no se siga mancillando la dignidad de una niñez y adolescencia, doblemente victimizada, sometida a una doble agresión. La violencia física, expresada a través de la violación sexual, el incesto, los abusos deshonestos, el puntapié y la trompada y la otra violencia, la simbólica, igualmente agresiva y pernicioso, reflejada a través de los medios. El alegato de Xochilt y Claudia está encaminado a revertir los términos de esta ecuación irritante, ultrajante de la dignidad humana. Así como piden a los medios variar sus enfoques, claman por la formación de un nuevo profesional, cuyo perfil debe estar dirigido a respetar y propiciar normas de conducta y convivencia social, que estimulen el respeto de los derechos que asisten a la niñez y adolescencia.

Aprender a escribir te quiero debe ser objeto de una lectura cuidadosa de parte de todos los comunicadores sociales

nicaragüenses. Sus observaciones y recomendaciones no se circunscriben al campo de la prensa escrita. Tienen un alcance mayor. El destino de la mitad de la población nicaragüense debe importarnos a todos por igual. La ejecución inmediata de sus recomendaciones abriría las puertas al debate y contribuiría a estimular un proceso urgente de cambios y modificaciones, en el tratamiento dispensado hasta ahora a los hechos y acontecimientos vinculados con un sector especialmente vulnerable, poco o casi nada escuchado, con derecho a voz y voto, sobre temas que le atañen y de cuya resolución depende en gran medida el futuro del Nicaragua.

Diversas razones convocan a medios, periodistas, escuelas y facultades de comunicación social. Los medios hoy en día juegan un papel determinante en la configuración de la agenda ciudadana. Cómo lo reconoció hace veintiocho años Robert Stein, *"al formar nuestra perspectiva del mundo, casi minuto a minuto, los medios de comunicación determinan hoy día, en gran parte, lo que pensamos, cómo nos sentimos y lo que hacemos en nuestro entorno social y político"*. En la medida en que los medios abran de una manera distinta sus pantallas, páginas y micrófonos, a los temas vinculados con la niñez y adolescencia, estarán haciendo un aporte invaluable al cambio, cuyos saldos positivos deberían verse de inmediato. Los medios se han convertido en uno de los más importantes dispositivos culturales. Sin lugar a dudas, han pasado a ser los principales generadores de nuevas formas de conductas y nuevas pautas de aprendizaje.

Conviene preguntarse, ¿qué está haciendo la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UCA sobre el tema de la niñez y adolescencia? Complacido respondo. En el cambio curricular realizado por la Facultad de Ciencias de la Comunicación en 1999, ante la urgencia de dar respuesta a las necesidades más apremiantes de nuestra sociedad, decidimos abrir la asignatura *El nuevo siglo*:

temas del presente, bajo la coordinación del profesor Darwin Juárez, para abordar este y otros temas. Congruentes con nuestro propósito, celebramos un convenio con *Save the Children* Noruega, para desarrollar de manera detallada y prolija, como parte del proceso de formación académica de los estudiantes de comunicación social, un módulo especial sobre *Los derechos de la niñez*.

Para asumir con seriedad todo lo referido al tema, la Facultad de Ciencias de la Comunicación y *Save the Children* Noruega, se impusieron un programa de estudios amplio y especializado. El objetivo fundamental consiste en que los estudiantes adquieran una visión de conjunto, ínter y transdisciplinaria, que les permita acercarse a los temas de la niñez y de la adolescencia, desde distintas aristas o perspectivas culturales, ideológicas, políticas, psicológicas, jurídicas y sociales. El desarrollo del módulo ha posibilitado la convergencia de reconocidos expertos en el campus de la UCA, con una larga trayectoria en la promoción y defensa de la niñez y adolescencia: Carlos Emilio López, Adilia Amaya, Guillermo Gosebruch, Luz María Sequiera, Ana Lucía Silva, Verónica Hernández, Pedro Hurtado y Ramón Meneses.

Se podrá o no estar de acuerdo con los alegatos planteados por Xochilt y Claudia. Lo ineludible es la lectura, el enjuiciamiento crítico y la respuesta oportuna a las sugerencias y recomendaciones que aparecen en *Aprender a escribir te quiero*, un texto que marca una inflexión y cierta continuidad en la preocupación expresada por diversos sectores, acerca de la necesidad de ampliar, mejorar y modificar el tratamiento que deben brindar medios, escuelas y facultades de comunicación social, a un tema cuya responsabilidad compete a todos los nicaragüenses por igual. Sin duda alguna *Save the Children* Noruega se apuntó un *hit* con su lanzamiento. Sergio Daniel Kristensen debe sentirse complacido, plenamente satisfecho, con la publicación de *Aprender a escribir te quiero*.

Cátedra Abierta

I. El debate contemporáneo

A raíz de la fundación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en abril de 1991, teniendo claro el horizonte sobre el que discurría la vida del país, una de las primeras tareas que impulsé fue la creación de la *Cátedra Abierta* en la nueva propuesta académica. Las nuevas condiciones por las que transitaba Nicaragua requería no sólo de la formulación de nuevos planes y programas de estudios para la formación de los periodistas. Urgía abrir las puertas de la UCA al debate y al análisis de la realidad nicaragüense. Con la derrota electoral del sandinismo en febrero de 1990, Nicaragua siendo igual ya no era la misma.

La polarización que produjo la campaña electoral, lejos de disminuir arreció. La necesidad de sentar las bases de un nuevo entendimiento nacional demandaba otra actitud y un giro radical en el enfoque y tratamiento de los problemas del país. El periodismo estaba llamado a replantear la lucha política a nivel nacional. En proponer otras maneras de resolver los términos de la contradicción

política. La democratización de Nicaragua demandaba una auténtica democratización de los medios de comunicación. Estábamos convencidos de la urgencia de abrirle espacio al diálogo. Si deseábamos generar otra sensibilidad entre los nuevos estudiantes, había que cerrarle el paso a la intolerancia y al sectarismo. Teníamos que promover el pluralismo, animar y propiciar el debate. La *Cátedra Abierta* fue un paso decisivo y estratégico. Se convirtió en el espacio de reflexión y análisis que necesitábamos para formar dentro de otros parámetros a los periodistas que requiere Nicaragua.

El primer tema de agenda fue poner a discusión al periodismo nacional. Para generar convicción y credibilidad en nuestra labor educativa, había que invitar a los periodistas de todas las tendencias, a que expusieran sus ideas y debatieran sin limitación alguna, acerca del presente y futuro de la comunicación en Nicaragua. Esta determinación estuvo acompañada por la creación de un *Consejo Asesor* integrado por periodistas de todo el espectro político-ideológico nacional. La rigurosidad académica debía ir acompañada por otra manera de juzgar y apreciar los distintos fenómenos que ocurrían en el país.

En la UCA por primera vez convergieron en un proyecto común, los dirigentes de la UPN y APN Luis Angel Berrios y Julio Armas. Fabio Gadea de *La Corporación* y Carlos Fernando Chamorro de *Barricada*. Carlos Cuadra del periódico *El Pueblo* y Alán Téfel de Radio *El Pensamiento*. Pablo Vigil, Ministro de TELCOR y Chuno Blandón director de Radio *Istmo*, y José Estebán Quezada de *Sucesos*. Para volver explícita nuestra propuesta, nos acercamos a *La Prensa* y también a *Barricada*. Así nacieron en ambos periódicos las páginas universitarias.

A partir de entonces la *Cátedra Abierta* se convirtió en el foro académico de mayor proyección del país. No sólo por su

continuidad en el tiempo, ya cumplió once años. Su trascendencia se origina de abordar jueves a jueves, a las nueve de la mañana, en el *Aula Magna César Jerez* de la UCA, los temas más controversiales e importantes de la agenda nacional. Por la *Cátedra Abierta* han desfilado más de cuatrocientos expositores nacionales e internacionales. Periodistas, religiosos, políticos, diplomáticos, economistas, sindicalistas, militares, educadores, historiadores, publicistas, funcionarios gubernamentales y representantes de organismos internacionales, banqueros, rectores de universidades, dirigentes de los distintos poderes del Estado. Todos han tenido oportunidad de exponer sus ideas y de articular propuestas de solución para los problemas que aquejan a Nicaragua. Su contribución en diversas ocasiones ha ido más allá del proceso de formación académica de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Prueba evidente del vigoroso crecimiento experimentado por la *Cátedra Abierta*, es la publicación del *Debate Contemporáneo*. El texto recoge las exposiciones de diversas personalidades de la vida nacional, a la vez que permite valorar la madurez alcanzada por los estudiantes de comunicación social de la UCA. Durante el año lectivo 1998, haciendo un ejercicio enriquecedor de la *Cátedra Abierta*, conducidos por el profesor Alfonso Malespin, los estudiantes de Primero y Cuarto años de Comunicación Social, decidieron compartir con el resto de los nicaragüenses, contando con la complicidad y apoyo de la *Fundación Konrad Adenauer*, las distintas propuestas vertidas por los panelistas: grabaron, sintetizaron y reprodujeron sus intervenciones para hacerlas públicas, en un intento de que la *Cátedra Abierta* trascienda el campus universitario y adquiera su verdadera dimensión y sentido, al someter cada una de las disertaciones a un debate más amplio y generalizado. ¡Ustedes tienen la última palabra! ¡Hagan uso de ella!

II. La transformación en Nicaragua: políticas y estrategias

La *Cátedra Abierta* de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Centroamericana, una vez más preocupada por el destino inmediato del país, se propuso como tema central de discusión durante el *Curso Lectivo* de 1999, la reconstrucción de Nicaragua.

La devastación provocada por el *Mitch*, imponía con urgencia, convocar a los más amplios sectores de la vida nacional, para conocer y debatir las distintas propuestas sobre los cuales debería reconstruirse Nicaragua. Ante la certeza de que la reconstrucción no debía limitarse a los aspectos físicos o infraestructurales, nuestro propósito consistió en estimular una visión de conjunto, que recuperara en el análisis, todo lo relacionado con la creación de una nueva sensibilidad nacional. Continuar apuntalando una cultura participativa, que abriese cause y tomara en cuenta a las más variadas expresiones. Nunca como entonces se necesitaba generar conciencia entre los nicaragüenses, que tan importante era para el futuro de la vida del país, reconstruir los puentes, como sentar las bases de una nueva cultura política nacional.

Como resultado de este ejercicio democrático, editamos para el conjunto de la nación, el texto *Nicaragua: políticas y estrategias*.

Teníamos que dar continuidad al trabajo académico iniciado hace un año. Nuestro objetivo continúa siendo que los resultados de la *Cátedra Abierta*, llegue a los más amplios sectores del país. Estoy convencido que entre mayor sea el número de nicaragüenses involucrados en las tareas de la reconstrucción, más amplias serán las perspectivas de un verdadero entendimiento nacional. Sobre todo,

si somos capaces de entender que la reconstrucción de Nicaragua, exige incorporar en la agenda como elemento prioritario, las necesidades más apremiantes de la mayoría de nuestra población empobrecida.

¿Cuestión de machos?

*A Orlando Núñez Soto,
por iniciarme en la causa.*

Contrariando la regla, decidimos romper la tradición impuesta desde 1991. Por primera vez celebramos una *Cátedra Abierta* un lunes y no el jueves -mi jueves del santísimo como gusto decir a los amigos- como lo hemos venido haciendo durante ocho años consecutivos. Una razón poderosa nos indujo a realizar este cambio: quisimos unimos a la celebración del *Día Internacional de la Mujer*, conjuntamente con la Policía Nacional. En Nicaragua existe interés de conocer las estrategias y acciones acordadas por las policías de alto rango de Centro América, Panamá, Belice y República Dominicana, como resultado de la incorporación de la perspectiva de género en sus distintos cuerpos policiales.

La conjugación de tres factores fue determinante a la hora de tomar esta decisión. Desde que se fundó la Facultad de Ciencias de la Comunicación incluimos en nuestros planes y programas, el

análisis y estudio de la comunicación desde la óptica de género. En segundo lugar, la UCA ha expresado públicamente su deseo de permear el conjunto de su actividad educativa integrando el análisis de género en sus diversos matices y variantes. La creación del *Programa Interdisciplinario de Estudios de Género* (PIEG-UCA) obedece a esta nueva visión. La tercera razón y tal vez la más importante de todas, es que durante la *34 Asamblea Mundial de los Jesuitas*, la Compañía de Jesús sentó un precedente histórico en la Iglesia Católica: incorporaron el tema de la mujer como parte de sus reflexiones de finales de siglo.

La experiencia académica con los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación ha sido enriquecedora. Nos demuestra en la práctica que la discriminación de las mujeres se mimetiza, persiste y se oculta bajo diversos rostros y manifestaciones. Cuando incluí los estudios de comunicación y género como parte de la reforma curricular en 1991, cundió el escepticismo. Los renuentes me acusaron de convertirlos en conejillos de india de un experimento que a nada conduciría, sino a la reafirmación de su machismo. Gozoso, todavía recuerdo los apuros en que metía Sofía Montenegro a los defensores a ultranza de este universo discriminatorio y deshumanizante. Con mucha audacia y sin ningún escrúpulo, Sofía se encargaba en desmontar uno a uno los gonces que sellaban su visión androcéntrica del mundo y de las cosas. El curso impartido por Sofía fue un baño refrescante en la resequedad del plan de estudios vigente. Cuestionaba. Interpelaba. Azuzaba. Convocaba y hacía proselitismo en favor de las mujeres.

Al concluir la experiencia no quedó ninguna duda de la urgencia de incluir los estudios de género, en los nuevos planes de estudios. Adquirimos una nueva conciencia: para cambiar el mundo, primero hay que transformar las relaciones existentes entre hombres

y mujeres, suscribiendo un nuevo pacto paritario entre ambos géneros. Estábamos persuadidos que de las distintas discriminaciones que padece la humanidad, la más cruel por injustificable, es la discriminación femenina. Vejada, envilecida, maltratada, sujeta a todo tipo de oprobios, un auténtico cambio en Nicaragua, pasa por replantearse la cuestión femenina y terminar para siempre con los grandes privilegios que otorga al hombre la opresión patriarcal.

No se puede hablar de una verdadera igualdad en nuestras sociedades, mientras no desaparezcan las distancias y desigualdades, que como abismos insalvables separan a las mujeres de los hombres. Xabier Gorostiaga fue certero en el diagnóstico. Nos pidió dar por sabido, que en el nuevo milenio tendrá mayor importancia la desaparición de las fronteras entre hombres y mujeres, que la propia caída del muro de Berlín. Tenemos que concentrar esfuerzos y energías para derribar los muros de la dominación y la ignominia.

El enfoque de género para ser verdadero tiene que ser integral. Esto pasa por incluir en la agenda, con carácter prioritario, la transformación de la masculinidad. Detentadores de todos los privilegios, ser hombres ha significado hasta ahora ser propietarios del mundo. En adueñarnos de los diversos códigos y diferentes lenguajes. Para decirlo en las palabras esclarecidas de Marcela Lagarde, ser hombres no es otra cosa que poseer todos los bienes, los tangibles y los intangibles, desde las letras y las armas, (la violencia simbólica y la fuerza bruta), hasta los sistemas con que se maneja el ciberespacio desde donde se transmite esa invención masculina cuyos ideólogos canonizan bajo el nombre de revelación, verdad o razón. ¿No es así Comisionado Franco Montealegre?

La visión de género debe conducir al estrangulamiento de las viejas manías aprendidas a lo largo de los siglos y que nosotros

lucimos orgullosos como merecidos atributos de nuestra virilidad. Machos por todos los costados, diario rendimos pleitesía a los cuatro mandatos sobre los que se ha edificado el ideal masculino: no mostrar sensibilidad ante nada ni ante nadie. Evitar toda dependencia emocional, sobre todo de las mujeres. Ser admirados y mostrarnos fuertes, muy fuertes, compitiendo entre pares con descaro y obscenidad, en el ejercicio indiscriminado de la violencia contra la mujer. El primer mandato recibido es demostrarnos a nosotros mismos y demás congéneres, que somos hombres, muy hombres, como rezaba el *slogan's* del *Ron Plata*. No puede haber espacio para el llanto y la ternura.

Las lecciones aprendidas después de todas las transformaciones ocurridas en el mundo, enseñan que los cambios no pueden reducirse a mudar las estructuras económicas, políticas y sociales. Estos cambios siendo necesarios, son insuficientes. Se requiere de modificaciones profundas en las relaciones de género. La historia de la mujer ha sido una historia de exclusiones y silenciamientos. En el principio fue el verbo, pero fue dicho en boca de varón. La mujer no sólo careció de voz, tampoco tuvo rostro. La historia pareciera tener un sólo protagonista, advierte Daniel Cazés. La interpretación científica predominante de los orígenes de la cultura y de la civilización, excluye a las mujeres, confinando su protagonismo al papel de reproductora de la especie. Al entrar a la recta final del milenio, las cosas comienzan a cambiar.

El otro pacto

La democratización de la comunicación implica crear las condiciones necesarias, para garantizar el derecho a la palabra a quienes no tienen voz. En el caso de las mujeres tenemos que

empezar por el principio. Deshechos los nudos, debería alegrarnos que "las mujeres sientan de pronto y con mucha intensidad, el deseo de desbordarse en el empuje expresivo con que combaten su tradicional simulacro de silencio", como se aventura a recordarlo la antropóloga uruguaya Teresa Porzecanski. ¡Dejarlas que hagan uso de su voz en primera persona y aprender a escuchar su canto!

En los planteamientos de las mujeres y en sus garabatos, encontraremos repintados, multiplicados al infinito, sus deseos de desborde, ruptura y revelación. Sus lecciones son doctas. El discurso femenino no está contaminado de las ambigüedades y suspicacias con que aderezamos nuestras propuestas. La marca definitoria del discurso feminista es su carácter inclusivo. Formamos parte de su propuesta liberadora.

Tenemos que tomar muy en serio la revisión que hacen las mujeres de los desfases existentes entre biología y cultura, entre autonomía y dependencia, entre cuerpo y pensamiento, entre sensibilidad y raciocinio. Sus temas problematizan las categorías más ocultas de nuestros prejuicios de género. Suya es la palabra. Aprendamos a escucharla. Seamos receptivos. La invitación de la *Asamblea Mundial de los Jesuitas* fue dicha también para nosotros: escuchemos "con atención y valentía lo que nos dice la experiencia de la mujer".

Agnóstico militante, sin rubor me sumo al credo de Marcela Lagarde. Para rebasar el siglo que agoniza y no convertimos en piezas de museo, "*objeto de la crónica pasatista y testimoniantes de oficio*", tenemos que radicalizar nuestras propuestas. Ampliarlas. Discutirlas. Compendiarlas. Compartir las. Concretar en la práctica una a una las distintas aspiraciones, para no quedar prendados y prendidos de un discurso que ofrece mucho, pero que en realidad consigue poco, obtiene magros resultados. ¡No hay tiempo que

perder! No hay alternativa. Metemos el acelerador o nos quedaremos varados como reliquias de un tiempo muerto, fosilizado.

Para obtener los documentos que acrediten nuestro paso al próximo milenio, los hombres debemos vencer los miedos que nos paralizan y mantienen atados a un tiempo que no acaba, pero que desde hace rato, mucho rato, es tiempo muerto. Nadie que esté en sus cabales puede continuar sustentando una doctrina desacreditada, oprobiosa, discriminatoria y discriminante. Principio y fin de privilegios arrebatados de manera injustificable a la otra mitad de las habitantes de este planeta, jamás alcanzaremos nuestra plena condición humana, mientras no restituyamos a las mujeres todos sus derechos y su dignidad ultrajada.

En el nuevo esquema civilizatorio, en donde las fronteras entre los pueblos y naciones se hacen y rehacen nuevamente, tenemos que plantearnos como imprescindible borrar las fronteras que separan a hombres y mujeres. Mientras esto no ocurra no habremos recuperado nuestra humanidad escindida. Tenemos el deber y la responsabilidad de resquebrajar el orden masculino-femenino de naturaleza patriarcal, para abrir espacio a un nuevo protagonismo, en donde rotas y desaparecidas para siempre las jerarquías y desigualdades entre hombres y mujeres, es decir, desfondada toda relación de poder, pueda abrirse espacio al amor y la ternura.

Un cuerpo policial que apuesta por una cultura de género, tiene que estar convencido, que esta determinación conduce a sus mandos a un replanteamiento radical de su visión y quehacer. Para evitar desvaríos y contradicciones entre propósitos y realidades, debo plantear dos prevenciones. La primera, consiste en atajar el viaje en picada ante la disminución progresiva de la presencia femenina en las filas de la policía. El porcentaje de mujeres decayó de un 35% existente a comienzos de los noventa a un 20% en la actualidad.

El segundo contrapunto lo tomo prestado de Angela Rosa Acevedo. Al formularse los comentarios a las distintas ponencias presentadas durante el *Primer Encuentro de Mujeres Policías de Alto rango de Centro América, Panamá, Belice y República Dominicana*, Acevedo objetó que para ingresar a la policía las mujeres se viesan obligadas a construir su identidad como un calco de la identidad masculina. Cuánta razón le asiste. La cultura de género implica un cuestionamiento a fondo de una concepción de la masculinidad puesta en entredicho. Las mujeres policías no tienen entonces porque "asimilarse a un hombre en fuerza, en contenido y en estereotipo de violencia". Su advertencia sigue siendo válida.

Poco, muy poco servirían los estudios de género en un cuerpo policial, si no ayudan a transformar radicalmente las premisas que sustentan el reclutamiento y comportamiento de sus miembros. La visión de género contribuye a humanizar la misión de un organismo que entre sus diversas funciones, le corresponde el ejercicio legítimo de la violencia. Los estudios de género tienen que incidir más temprano que tarde, en cambios positivos no sólo en la relación entre policías y policías, sino entre la policía y la ciudadanía.

Algunos iluminados podrían decir que una especie de mala conciencia conduce a las universidades a asumir, fortalecer, ampliar y difundir la conciencia de género. ¡No! No es ésta la razón. Al acoger y convertirse la UCA en plataforma de discusión y debate de la cultura de género, lo hace obediendo a la lucidez y sentido de anticipo que ha caracterizado siempre a nuestra casa de estudios. Una Facultad como la nuestra, en donde el 74 % de sus estudiantes son mujeres, está obligada a rechazar y condenar los valores y prácticas patriarcales, ante la demanda de una sociedad que aspira a la equidad y busca soluciones permanentes para sus grandes males. Después del holocausto del *Mitch*, todos nos sentimos compelidos a esbozar planteamientos acerca de las distintas formas que debe

asumir la reconstrucción de Nicaragua. En esta encrucijada, el reto más importante de finales de siglo, consiste en proponernos hasta alcanzar, otra manera de ver, entender y resolver la cuestión femenina. ¡En la UCA, en esas estamos!

Enséñales a crecer y luego déjales volar

Estimado Alfonso:

Para quienes hemos escogido la vida académica como el eje rector y articulador de nuestras vidas, hay hechos y circunstancias que lo llenen a uno de satisfacción y orgullo. Al evaluar la trayectoria de *aità*, con cuatro años de vida informativa y editorial continua, compruebo complacido que parte de las metas que nos propusimos hace algunos años, se han venido cumpliendo paso a paso.

Me halaga muchísimo haber depositado sobre tus hombros distintas responsabilidades académicas. Todavía tengo presente la mañana de marzo de 1992. Ese día, fiel a mis principios de estimular a los mejores alumnos de la recién creada Facultad de Ciencias de la Comunicación, según el criterio de cierta profesora, cometí contra viento y marea, el disparate de haberte nombrado profesor de la Cátedra Abierta de tu mismo grupo de estudio. Al hacerlo únicamente respondí al conocimiento que tenía de tus compañeros de clase: un grupo bastante homogéneo, con un enorme entusiasmo, una gran alegría y un firme compromiso con el estudio. Aparte de su seriedad y rigor académico. Creo que ningún grupo de estudio

llegué a conocer mejor, que al grupo de alumnos conformado por ustedes. Pienso que Karla Castillo, Fabián Medina, Nohelia González, Josefa Gómez y Edgard Rodríguez, los cinco con cargos de dirección en El Nuevo Diario y La Prensa, son mis mejores testigos. ¿No es así Alan?

Analizada mi decisión en la distancia, considero que esta ha sido uno de mis mayores aciertos. También tengo presente que a raíz de la crisis de Barricada te ofrecí que meditaras sobre la conveniencia de incorporarte como profesor de tiempo completo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Si recuerdo todo lo anterior es para reconocer en voz alta, el liderazgo indiscutible que has logrado forjar entre los diferentes grupos de estudiantes a quienes te ha correspondido el honor de impartirles clases. Ese liderazgo resulta más visible aún, a través de la manera en que has contribuido a formar a un conjunto de estudiantes, que hoy sobresalen como profesionales destacado en distintos medios de comunicación.

Lo interesante ha sido la manera en que has sabido conjugar el compañerismo, la disciplina académica y la decisión irrevocable de aconsejarles sobre lo que más les conviene para triunfar en su vida profesional. Sin lugar a dudas, el espacio que más ha contribuido a la consecución de estos logros, ha sido la edición de *aità*. Testigos irrecusables de todo lo afirmado, son entre otros, Milena García, ahora laborando en *Primera Hora* en Canal 2; Joaquín Tórrez y Luis Galeano en *El Nuevo Diario*; José Adán Silva y Heberto Rodríguez en *La Prensa*; Danilo Fajardo en *Hilo Publicidad*; Eva García en Relaciones Públicas de la UCA y Wendy Quintero trabajando como investigadora por cuenta propia, sólo para mencionar algunos nombres.

Estoy convencido que de igual manera te habrás conducido con la tropa bajo cuya responsabilidad corre la suerte de *aità*. Me

refiero a Gilda Tinoco, Amalia Cedeño, Harold Rizo, Arlen Pérez, Hilda Méndez, Sandro Durán, Róger Solórzano, Orlando Barrios, Jerónimo Ocón y Tamara Rivera, a quienes deseo haga llegar mis felicitaciones por la manera en que han sabido conducir *aità*. Especialmente por haber conseguido la meta ambiciosa, la hazaña de una edición especial de veinticuatro páginas del quincenario de mayor circulación y difusión universitaria. Sin subvenciones de ninguna naturaleza. ¡Un cierre que prestigia, absolutamente envidiable!

La calidad de su trabajo, la audacia para tocar temas sensibles, muchas veces considerados tabúes entre la mojigatería universitaria, pero sobre todo su perseverancia y empeño, merecen el mayor reconocimiento de parte de las autoridades universitarias de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Abrigo la esperanza de que su ejemplo será emulado el próximo año por sus compañeros de relevo.

Pienso que con lo obtenido en esta ocasión, te sentirás satisfecho y reconfortado. No debemos olvidar que el trabajo desplegado por estos bisonños, se debe a la confianza depositada en cada uno de ellos. Hay que continuar trabajando con esta misma visión y de esta misma manera. En la Carrera de Comunicación Social debemos saber conjugar de la mejor forma posible, esa máxima que ha corrido buena fortuna en distintos ámbitos pedagógicos: *enséñales a crecer y luego déjales volar*.

Un abrazo fuerte y mi cariño para todas y todos los redactores de *aità*.

Cordialmente,

La obra analítica y literaria de Guillermo Rothschuh Villanueva, así como su carrera académica y profesional, lo han colocado entre los mas influyentes agentes del desarrollo del periodismo y la comunicación moderna en Nicaragua.

Entre las turbulentas aguas que navegamos al alba del nuevo siglo, con sus retos prácticos y éticos, el análisis certero y oportuno de Rothschuh Villanueva es faro y puerto, un refugio de lucidez que ofrece respuestas pero también el reto crítico que estimula la constante revisión profesional.

Derribando la barrera entre la palabra y la acción, Rothschuh Villanueva se ha convertido en más que un observador de la realidad nacional. A la cabeza de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Centroamericana continúa influyendo a generaciones de profesionales, creando en el proceso una arena para el verdadero debate nacional.

Uno de los pensadores mas prolíficos y creativos del país, Rothschuh Villanueva es también un gran narrador. Leerlo de nuevo es un placer.

Manuel Torres
Staff writer
West Bank Bureau
The Times Picayune
New Orleans, USA

